



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PERIODISMO DEPORTIVO DIGITAL EN EL MUNDIAL  
RUSIA 2018- WEB DE LA FIFA

PRESENTADA POR  
CARLOS ADRIAN FEIJOO MASCARO

ASESORA  
ANNA BERMEO TURCHI

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**PERIODISMO DEPORTIVO DIGITAL EN EL MUNDIAL  
RUSIA 2018- WEB DE LA FIFA**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado de Bachiller en Ciencias de la  
Comunicación**

**Presentado por:**

**FEIJOO MASCARO CARLOS ADRIAN**

**ASESORA DRA. ANNA BERMEO TURCHI**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

<b>PORTADA</b>	
<b>ÍNDICE</b>	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>iii</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>7</b>
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	7
1.2. Formulación del problema .....	13
1.2.1. Formulación de problemas específicos.....	13
1.3. Objetivos de la investigación .....	14
1.3.1. Objetivo principal.....	14
1.3.2. Objetivos específicos .....	14
1.4. Justificación de la investigación .....	14
1.5. Viabilidad del estudio.....	16
1.6. Limitaciones del estudio.....	16
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>17</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	17
2.1.1 Teoría crítica de la comunicación.....	20
2.2. Periodismo deportivo.....	22
2.2.1 Discurso predominante en la narración.....	23
2.2.2 Exactitud de acontecimientos.....	24
2.2.3 Fuentes de información.....	25
2.2.4 Cronología del suceso.....	27
2.3 Definición de términos.....	28
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	<b>32</b>
3.1. Metodología de la investigación.....	32
3.2. Selección de la muestra de estudio.....	35
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	35
3.3.1 Instrumentos.....	37
3.4. Aspectos éticos .....	37
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b>	<b>38</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>46</b>
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>58</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>61</b>

## INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo es la forma del periodismo que se dedica a informar sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Este proyecto de aprendizaje está diseñado para aquellos que gustan del periodismo y de la información deportiva, en donde se podrá adquirir conocimientos fundamentales para conocer de mejor manera el quehacer periodístico en el mundo de los deportes. Para Alcoba (2005), “el periodismo deportivo se expresa mediante seis lenguajes: el bélico, el escueto, el estético, semiológico, audiovisual y artístico”. (p.118).

La utilización del lenguaje, inclinado al fomento del espectáculo, lo margina a la subvaloración de su ejercicio por otros campos y disciplinas humanas y sociales.

Es por esto que el periodista deportivo tiene que luchar constantemente por moderar su fanatismo y por cambiar la perspectiva que las personas tienen de su trabajo.

Dos males que se derivan de un periodismo deportivo mal practicado son la violencia y el sensacionalismo. La violencia no solo se detona con el uso de

términos bélicos, sino con comentarios altisonantes, apasionados, que despiertan la ira y los miedos del ser humano. Los medios de comunicación han visto las confrontaciones como un espectáculo que hay que transmitir hasta la saciedad, aunque muchas veces se cuestionan con poca holgura.

Además, el periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con sus conciudadanos, a los que involucra en la celebración de los logros de los deportistas y equipos nacionales en competiciones sobre las que informa. Este hecho se pone de manifiesto sobre todo en los eventos de ámbito internacional y de máxima repercusión, como los Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos, citas que están marcadas en rojo en la agenda temática y van acompañadas de grandes despliegues informativos al mismo tiempo que sirven para pulsar el grado de cohesión interna y el sentimiento nacional de los territorios.

En la investigación, se analiza las informaciones del Mundial Rusia 2018 e identifica las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018. Se identifica el discurso predominante en la narración de los textos publicados en la web de la FIFA, en donde la relevancia es el tema fútbol, dejando de lado temas más bélicos o sensacionalistas que otros medios, por lo contrario, si tratan de reflejar.

Analizar lo que es la exactitud de acontecimientos en dicha web ya que es lo que al fin y al cabo constata la veracidad en base a lo plasmado por la FIFA. En los medios digitales y webs de medios impresos y audiovisuales, los gráficos incorporan, además, todas las posibilidades interactivas y multimedia propias de Internet antes mencionadas, con el fin de aproximar al periodismo deportivo al periodismo de datos, también denominado “periodismo de base datos”. Esto no es más que una nueva disciplina profesional en la que “se trabaja con grandes volúmenes de datos, se aprovecha al máximo la visualización interactiva y se incorpora al programador al equipo periodístico para desarrollar tareas que van

desde la extracción de datos y la depuración de sets de datos hasta el diseño de aplicaciones de noticias (Crucianelli, 2013, p.45).

Definiremos las fuentes de información en las cuáles se basa la web para informar a millones de seguidores que los leían día a día en el fenómeno llamado Rusia 2018.

El objetivo general de esta investigación fue identificar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018, es decir, el desenvolvimiento de la FIFA a través su página web, con un lenguaje claro, sencillo y con unas buenas fuentes de información.

La importancia de esta investigación es debido a que el periodismo deportivo ha dado un salto de calidad y de innovación en el último gran evento deportivo que fue el Mundial Rusia 2018 debido a que no solo se aplicó este tipo de periodismo, se aplicaron diversas ramas de este, como el cultural, digital y económico. Todo esto por el conocimiento previo, ya que se sabía que millones de personas estarían tanto de lo que acontecía en el evento por el periodo de un mes.

Parece oportuno basarse en Redeker (2003) para quien el deporte “constituye el fenómeno sociológico que más ha caracterizado el siglo pasado”. (p.47).

Para el desarrollo de la investigación y por sus características del trabajo, éste constituye lo que en metodología de investigación se denomina estudio exploratorio- es un método de investigación científica y sus vertientes ligadas a un tipo de investigación de carácter básica, ex post facto con un diseño básico de investigación, metodologías cualitativas (inductiva) - enmarcado en Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación social: Análisis Morfológico y de contenido.

El Capítulo I está compuesto por la descripción del problema, donde se enuncia el problema principal y los problemas específicos; objetivo general y específicos, la

justificación de la investigación donde se describe la importancia de la investigación, viabilidad y limitaciones de la investigación

Capítulo II: Comprenden los antecedentes de la investigación, sentará las bases teóricas que permitió exponer y analizar la cultura organizacional y todo lo relacionado con las perspectivas teóricas. Se incluye la definición de términos aplicados a la investigación

En el capítulo III se encontrará el marco metodológico de la investigación en el que se describirá el tipo y diseño de investigación; hablará de la muestra de estudio, los instrumentos, técnicas estadísticas para el procesamiento de la información y aspectos éticos llevados a cabo en la investigación.

En el capítulo IV se presentan los resultados y las experiencias del procedimiento empleado y los alcances.

En el capítulo V se describe la discusión de los resultados obtenidos de las fichas en los que se analizaron las siete noticias que se seleccionaron para la investigación. También se describen las conclusiones y recomendaciones. A las que se pudo llegar, respecto a las preguntas de investigación y otras observaciones que se desprenden del trabajo realizado

Finalmente se encontrarán la bibliografía y anexos del trabajo de investigación.



# **CAPITULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción del área problemática**

El periodismo deportivo es la forma del periodismo que se dedica a informar sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Este proyecto de aprendizaje está diseñado para aquellos que gustan del periodismo y de la información deportiva, en donde se podrá adquirir conocimientos fundamentales para conocer de mejor manera el quehacer periodístico en el mundo de los deportes.

El crecimiento de los eventos deportivos, particularmente Mundiales de Fútbol y Juegos Olímpicos, y su vinculación directa con los medios de comunicación, desde finales del s. XIX hasta principios del s. XXI, ha contribuido para que los iniciadores del periodismo deportivo, transmitan esa información, primero con el sentimiento del oficio y después con el rigor de la profesión y a medida que los procesos de información vayan evolucionando.

Para Alcoba (2005), “el periodismo deportivo se expresa mediante seis lenguajes: el bélico, el escueto, el estético, semiológico, audiovisual y artístico” ...“la comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad”. (118). Esta transformación

histórica se realiza por la expansión de la influencia del deporte y por los intereses que crea éste a su alrededor.

Con tanta influencia y el amplio alcance de los deportes, los gobiernos, las entidades públicas o privadas y las empresas comerciales comienzan a participar activamente en los eventos deportivos, intentando controlarlos y aprovecharlos, con el objetivo de asegurar su posición social y generar ingresos económicos al mismo tiempo. También se establecen algunos organismos deportivos especializados como los clubes y las federaciones, que juegan un papel muy importante en establecer las reglas de juego y en promover el desarrollo de las actividades deportivas. Además de ser espectáculos y competiciones, hoy en día, los deportes también se convierten en un bien educativo y sanitario. Por lo tanto, es razonable considerar el deporte como uno de los factores relevantes en la construcción social en la actualidad. Como resultado, la información deportiva consigue un papel que no se puede ignorar (Li, 2014)<sup>1</sup>

La utilización del lenguaje, inclinado al fomento del espectáculo, lo margina a la subvaloración de su ejercicio por otros campos y disciplinas humanas y sociales. Es por esto que el periodista deportivo tiene que luchar constantemente por moderar su fanatismo. El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. “Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante” (Molina, 2009 p.5)<sup>2</sup>.

Para Morduchowicz (1995), “casi todo lo que conocemos nos llega a través de los medios, que construyen una imagen de él y en virtud de la realidad y, en virtud de ella, nosotros construimos la nuestra”. (p.37). Sin la cobertura de los eventos deportivos por parte de las industrias importantes, básicamente no existirá o habrá un desconocimiento del acontecimiento deportivo. Tres factores influyen para que los deportes tengan la relevancia mediática de estos tiempos: la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales,

---

<sup>1</sup> Li Y. (2004) *Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport* (Tesis de Maestría) Universitat Autònoma de Barcelona Facultat de Ciències de la Comunicació Departament de Periodisme. Barcelona, España. [https://ddd.uab.cat/pub/trecpro/2014/hdl\\_2072\\_240240/TFM-Yifei\\_Li.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/trecpro/2014/hdl_2072_240240/TFM-Yifei_Li.pdf)

<sup>2</sup> Molina, J. (2009). Periodismo deportivo 3.0. Razón y palabra, 69. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>

muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; la digitalización, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia; la mercantilización, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria deportiva ahora y en forma regular involucra más medios e instituciones financieras. (Boyle, 2006)

Dos males que se derivan de un periodismo deportivo mal practicado son la violencia y el sensacionalismo. La violencia no solo se detona con el uso de términos bélicos, sino con comentarios altisonantes, apasionados, que despiertan la ira y los miedos del ser humano. Los medios de comunicación han visto las confrontaciones como un espectáculo que hay que transmitir hasta la saciedad, aunque muchas veces se cuestionan con poca holgura.

Es así como el periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con sus conciudadanos, a los que involucra en la celebración de los logros de los deportistas y equipos nacionales en competiciones sobre las que informa.

El interés creciente de la audiencia por el deporte en el panorama nacional e internacional nos llevó a investigar si el periodismo deportivo seguía centrado en deportes hegemónicos y mayoritarios como el fútbol que cuentan con un fuerte y sostenido respaldo publicitario y mercantil, también nos preguntamos por la calidad de la información desde criterios como titulación, fuentes, variedad temática, entre otros.

Este hecho se pone de manifiesto sobre todo en los eventos de ámbito internacional y de máxima repercusión, como los **Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos**, citas que están marcadas en rojo en la agenda temática y van acompañadas de grandes despliegues informativos al mismo tiempo que sirven para pulsar el grado de cohesión interna y el sentimiento nacional de los territorios.

El Mundial de Fútbol (oficialmente Football FIFA World Cup o Copa Mundial de Fútbol de FIFA) es la competición más importante de este deporte. El torneo se lleva a cabo cada cuatro años y la sede es un país distinto en cada ocasión. Más de 160 selecciones nacionales compiten en torneos clasificatorios regionales durante un período de 2 años, pero solo 32 de estos seleccionados consiguen ser parte del evento principal. El próximo mundial será organizado por Qatar en el 2022.

La primera copa del mundo se disputó en Uruguay allá por los años 1930. Mientras que la última fue disputada en Rusia el 2018 donde el vigente campeón, Francia, se consagró en territorio ruso.

En ésta investigación analizaremos tres tipos de dimensiones: La primera, el **discurso predominante** en la narración, en la cual se analizó que es lo que quería mostrar con mayor interés la FIFA en las notas relacionadas al Mundial Rusia 2018 que colgaban en su red. También se analizará lo que es la **exactitud de acontecimientos** en dicha web ya que es lo que al fin y al cabo constata la **veracidad** en base a lo plasmado por la FIFA en su web.

En los medios digitales y webs de medios impresos y audiovisuales, los gráficos incorporan, además, todas las posibilidades interactivas y multimedia propias de Internet antes mencionadas, con el fin de aproximar al periodismo deportivo al periodismo de datos, también denominado “periodismo de base datos”. Esto no es más que una nueva disciplina profesional en la que “se trabaja con grandes volúmenes de datos, se aprovecha al máximo la visualización interactiva y se incorpora al programador al equipo periodístico para desarrollar tareas que van desde la extracción de datos y la depuración de sets de datos hasta el diseño de aplicaciones de noticias” (Crucianelli, 2013, p.45).

Lo expuesto por Crucianelli aportó mucho a esta investigación ya que se analizó que los datos de la FIFA fueron de fuentes confiables que traía consigo coherencia y transparencia en sus textos.

Y por último, definir las **fuentes** de información en las cuáles se basa la web para informar a millones de seguidores que los leían día a día del fenómeno llamado Rusia 2018. El problema principal para hallar estas características será ver más allá de lo evidente y alcanzar el trasfondo por el cual la campaña digital de la FIFA gracias a una innovadora implementación de herramientas 2.0, ayudaron a hacer más exitoso aun el mundial disputado en Rusia.

La FIFA evolucionó y se adecuó a las nuevas tendencias, a lo que el consumidor deportivo, en este caso de fútbol, quiere ver, algo simple e ingenioso y sobre todo, emocional.

El Mundial Rusia 2018 dejó mucha materia para analizar, no solo en el ámbito deportivo, sino también en el político, económico y social. Y es que la política a veces se agarra del fútbol cuando ocurren eventos de gran magnitud, como en este caso lo es el mundial.

Mediante lo explicado, esta investigación hará énfasis en las características del periodismo digital que implementó la FIFA en su página web, con los cuáles ganó millones de seguidores en muy poco tiempo debido al correcto uso de las nuevas tecnologías.

El periodismo deportivo digital hoy en día convive con el escrito. Sin embargo, es cuestión de años para que el medio tradicional se digitalice al 100 %. Y no solo porque sea más intuitivo el formato digital, sino porque la situación actual se va volviendo cada vez más consciente y socialmente responsable, esto hace que las personas dejen de manera más rápida el uso indiscriminado del papel, y reciclando más para apoyar al medio ambiente.

Más aún, el fútbol es un negocio porque ofrece entretenimiento, popularidad y espectacularidad, “el deporte se ha convertido en una actividad de negocio se mueve en un estado mercantil con fines de lucro, y el fútbol es una actividad deportiva que atrae a un gran público, lo que lo convierte en un deporte popular”. (Zenteno, 2004, p.53).

El fútbol cada año gana adeptos, por algo es llamado el deporte ‘Rey’ y en las últimas décadas está moviendo miles de millones de dólares por publicidad y marketing ya que ahora no solo es un deporte, es un negocio. Ahora vemos a todos los futbolistas de élite auspiciados por una marca grande, en donde las empresas prácticamente batallan para que estos futbolistas pasen a ser sus figuras y así aumentar sus ventas.

Queda demostrado que el fútbol es un deporte de consumo, “tiene que ser beneficioso económicamente, objeto de intereses económicos, comercialmente atractivo y con capacidad de competir en mercados dinámicos” (Heinemann, 1994, p. 49).

Con todo lo mencionado en esta descripción del problema, se busca en esa investigación explicar las características del periodismo deportivo digital en el mundial Rusia 2018.

Para el desarrollo de la presente investigación y por sus características del trabajo, éste constituye lo que en metodología de investigación se denomina estudio exploratorio que es un método de investigación científica y sus vertientes ligadas a un tipo de investigación de carácter básica, ex post facto. El método de diseño escogido fue uno básico de investigación, de metodología cualitativa (inductiva) - enmarcado en métodos y técnicas de investigación en Comunicación social: Análisis Morfológico y de Contenido, como técnica de análisis sistemático del contenido de una comunicación – Prensa digital – Mundial Rusia 2018.

Hemos elegido la página web de la FIFA debido al tipo de contenido digital que elaboraron durante el Mundial de Rusia 2018, aplicando unos interesantes y llamativos recursos de redacción y complementándolo con un apartado multimedia.

En esta investigación se analizó lo que son siete noticias testigo en lo que respecta a la selección francesa en sus cuatro partidos de instancias finales, logrando visualizar como la web de la FIFA destacó ello y de qué manera. Esto en un periodo comprendido entre el 16 de junio y 15 de julio del 2018, lo que significó la participación y consagración francesa en el Mundial Rusia 2018.

El objetivo general de la investigación fue identificar cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el mundial Rusia 2018. Para ello se utilizó la variable periodismo deportivo digital ya que abarcaba el rumbo por donde se dirigirá esta investigación.

## **1.1 Formulación del problema**

Frente a la problemática planteada, este estudio formuló el problema de investigación con la siguiente interrogante:

**¿Cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018? - página web de la FIFA**

### **1.1.1 Formulación de problemas específicos**

- ¿Cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con el **discurso predominante en la narración?**
- ¿Cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con la **exactitud de acontecimientos?**
- ¿Cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con las **fuentes de información?**

## 1.2 Objetivos de investigación

### 1.3.1 Objetivo general

- Identificar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con el **discurso predominante en la narración.**
- Determinar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con la **exactitud de acontecimientos.**
- Evidenciar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con las **fuentes de información.**

## 1.3 Justificación de la investigación

### 1.3.1 Importancia de la investigación

En la actualidad, el periodismo deportivo es una influyente fuente de información para gran parte de su audiencia en todo el mundo, ya que éste se caracteriza principalmente por transmitir contenidos relacionados directamente con el deporte y los certámenes deportivos de interés para la opinión pública nacional e internacional. A través de las diversas plataformas informativas que hoy existen.

En ese sentido, Salinas (2015) señala que “el proceso de globalización que ha experimentado el deporte, y el fútbol en particular, en las últimas décadas, ha sido materia de estudio por varios expertos debido a su complejidad e impacto a la sociedad” (p.27).



Es por ello que la página web de la FIFA, gracias a las nuevas tendencias tecnológicas, sumada a su clásica redacción, logró captar muchos lectores, con un lenguaje sencillo y explotando al máximo en el aspecto multimedia.

Con la investigación, se busca analizar y demostrar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018, evento que atrajo las miradas de más de la mitad de la población mundial.

En los últimos años, este tipo de prensa digital está logrando obtener un mayor impacto gracias a la buena aplicación e innovación de los recursos tecnológicos que existen en la actualidad.

La importancia de esta investigación es debido a que el periodismo deportivo ha dado un salto de calidad y de innovación en el último gran evento deportivo que fue el Mundial Rusia 2018 debido a que no solo se aplicó este tipo de periodismo, se aplicaron diversas ramas de este, como el cultural, digital y económico. Todo esto por el conocimiento previo, ya que se sabía que millones de personas estarían al tanto de lo que acontecía en el evento por el periodo de un mes.

En base a lo expuesto anteriormente, se considera que esta investigación puede ser el punto de partida para otros estudios similares para dar a conocer los beneficios que estas coberturas por medio de lo digital traen consigo, relacionado al periodismo deportivo. Un mal tratamiento de las informaciones sobre esta temática, además de tergiversar la realidad y provocar emociones hostiles entre los aficionados, traerá problemas sociales, por ejemplo, la violencia.

Esperamos que nuestra investigación ayude a los profesionales de la comunicación y a los ciudadanos a conocer mejor el statu quo del entorno mediático sobre el deporte y contribuya a un desarrollo saludable del periodismo deportivo y de la profesión de los periodistas.

#### **1.4 Viabilidad de la investigación**

La investigación es viable ya que posee recursos para la recaudación de una variedad considerable de fuentes de información como el acceso a bibliotecas (Biblioteca Nacional del Perú, Biblioteca de la Universidad San Martín de Porres) y a buscadores académicos y no académicos virtuales (Riunet, Ruc, Repositorio de tesis de la Universidad de San Martín de Porres y a diversos Repositorios de universidades españolas). Además, las webs de la FIFA se encuentran al alcance de todos. También se va a brindar una adecuada referencia visual en la parte aplicativa del desarrollo de la investigación, acompañada de la aprobación de personas ligadas al periodismo deportivo. Asimismo, no se necesita, en lo económico, de terceros o ser auspiciado por alguna entidad.

#### **1.5 Limitaciones**

Esta investigación no cuenta con limitaciones para ser estudiada.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de investigación**

La búsqueda de material bibliográfico en diversas instituciones universitarias nos permite evidenciar los siguientes antecedentes relacionados con la investigación:

**Naranjo, A. (2011).** Tratamiento de la Información Deportiva en la Prensa: La Crónica como Género Prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona (Tesis doctoral) Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Málaga. España. Recuperada de: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR\\_NARANJO\\_ARCOS.pdf?sequence=6](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARCOS.pdf?sequence=6)

La autora menciona que en este tipo de crónicas futbolísticas se pueden encontrar aspectos que transmiten la muy estrecha relación que existen entre Fútbol Club Barcelona y Cataluña. Así, hay conceptos que están estrechamente relacionados con el Barça, como son la lengua, la bandera y la cercanía a formulaciones culturales y políticas netamente catalanas. Mientras que en el cuadro de la capital, se busca dar más cabida y referencia al patriotismo y lo que representa España en sí.

El objetivo general fue el comparar y analizar las distintas piezas del periodismo deportivo a lo largo de las dos últimas décadas, esto mediante el análisis de contenido de las crónicas correspondientes a los partidos que han enfrentado en la liga española el Real Madrid y Barcelona, desde la temporada 1990-1991 hasta la 2009-2010.

Se utilizó el método del análisis de contenido que tiene una finalidad básica, ya que se buscó conocer en profundidad de qué manera los 4 diarios mencionados elaboraban sus crónicas en los clásicos españoles entre Real Madrid y Barcelona a lo largo de las últimas 20 décadas.

Los instrumentos realizados por la autora fueron la observación directa, el análisis de contenido y el framing.

La autora realizó señala que su muestra la componen los siguientes diarios que van a ser objeto de análisis: As, Mundo Deportivo, El País y La Vanguardia. Se escogieron dos diarios de Madrid y dos de Cataluña para obtener una muestra neutral.

La autora concluye, que pesar de ser parte de un mismo grupo mediático, cuya sede está en Madrid, los diarios As y El País son muy diferentes, no sólo por la lógica distinción que se deriva de la distinta naturaleza de ambos diarios, sino porque el primero no disimula su sesgo madridista, que lo define como valor de preagenda y carácter editorializante de sus contenidos. El País, como diario de referencia de alcance nacional, en su cuidada sección de deportes adopta una posición más neutral y equilibrada, incluso cuando hace referencia a los éxitos del Barcelona o del Madrid. Del mismo modo, esa diferenciación se hace patente entre los dos diarios seleccionados en Barcelona, pertenecientes ambos al mismo grupo (Godó): Mundo Deportivo y La Vanguardia.

Sin embargo, se advierte que esa diferencia lo es más por la naturaleza de los diarios –especializado y generalista-, pero no tanto por su índole subjetiva al equipo de la ciudad. Frente al barcelonismo mostrado por Mundo Deportivo como diario

especializado, La Vanguardia no mantiene el criterio de neutralidad que se observa en El País, mostrando una inclinación tácita y en ocasiones explícita hacia el equipo de F.C. Barcelona y que la influencia de los medios de comunicación sociales al mundo de las organizaciones trae consigo el incremento de su presencia dentro de sus estrategias de comunicación. Su incorporación se está asentando en el entorno deportivo universitario en el que la mayoría de los eventos deportivos de ámbito internacional ya no se conciben sin tener presencia en ellos. Una presencia que afecta a su diseño y planificación, modificando, por ende, su concepción pero que debe ser necesario ya que los medios de comunicación deben ir evolucionando e innovando conforme avancen las nuevas tecnologías.

**Cobo, R. (2014).** El Espectáculo Futbolístico y la Construcción de la Realidad Social (Tesis doctoral) Universidad de Valencia, Facultad de Filosofía, Traducción y Comunicación. España. Recuperada de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/42908>

Esta tesis asume como postulado previo la complejidad que define tanto el fenómeno del fútbol, en cuanto realidad pluridimensional, como la producción mediática y televisiva, ámbito específico de las industrias culturales y comunicativas en las que confluyen e interactúan factores de carácter político, social, económico y, por supuesto, específicamente comunicativo.

El autor señala que el deporte rey, fútbol, ya no solo es utilizado para fines de entretenimiento, si no también es usado en muchas ocasiones para fines políticos, sociales y sobre todo económicos debido al excesivo marketing que conlleva un deporte con miles de millones de adeptos.

Esto ocasiona que a lo largo de la historia haya habido eventos deportivos cancelados o muy criticados por parte del público. Como por ejemplo, la opción obligatoria de Adolf Hitler para que Perú juegue nuevamente un encuentro que ya lo había ganado ante su natal Austria. El líder nazi ante la derrota sobre personas que no eran de su denominada clase área decidió que el partido se jugara de nuevo. Hecho que indignó al mundo e hizo que Perú renunciara a aquel lejano Juego Olímpico disputado en el año 1936.

El objetivo general fue determinar la construcción del discurso mediático-televísivo que las diferentes cadenas de ámbito internacional, nacional y local hacen a partir del hecho concreto del fútbol como producto audiovisual.

Se utilizó el método hipotético-deductivo. Es decir, se pretende estudiar el objeto de estudio, el corpus y las fuentes desde la perspectiva hipotético-deductiva.

El autor utiliza un solo elemento llamado semiótica crítica, complejo pero que lo ayudó a trabajar su investigación.

El autor concluye que el estudio del fútbol desde su originaria dimensión exclusivamente deportiva y su evolución en el tiempo conduce a comprobar que, especialmente a partir de su confluencia con la televisión, se produce una profunda trasgresión y tergiversación del hecho futbolístico, un hecho originariamente lúdico convertido en un fenómeno global con un gran potencial mediático eminentemente económico, político y socio-cultural.

### **2.1.1. Teorías de periodismo**

### **2.1.2. Teoría Crítica**

Como término general, “teoría crítica” designa aquellas teorías que son críticas del capitalismo y de la dominación.

Como ha señalado Berlo (1969) “el propósito básico del hombre en la comunicación es afectar, influir sobre sí mismo y sobre su medio social y físico. Una respuesta es recompensatoria si el que responde percibe que sus consecuencias aumentan su influencia” (p.81).

“Desde nuestro punto de vista, cuando usamos la palabra “comunicación” en nuestro mundo social usamos también en ese concepto aspectos procedentes del mundo de la vida, de la tecnología, etc.” (Aguado, 2004, p.11).

El pensamiento crítico se basa en la autonomía del ser humano. Conforme pasan los años, el pensamiento es distinto, más profundo:

El pensamiento burgués está constituido de tal manera que, en la reflexión sobre su propio sujeto, es abstracto, y su principio es la individualidad ajena al acontecer, la individualidad que, en su pretensión, se eleva a causa última del mundo o aun a mundo. (Horkheimer, 1968, p.29).

Por otra parte, las redes vienen jugando un rol importante en la realidad, es por esto que se han propuesto teorías para las redes ligadas a la comunicación.

La cibernética es una teoría de los sistemas de control basada en la comunicación (trasferencia de información) entre sistemas y medio circundante, y dentro del sistema, - y en el control (retroalimentación) del funcionamiento del sistema en consideración al medio. Según mencionamos y volveremos a discutir, el modelo tiene extensa aplicación pero no ha de identificarse con la “teoría de los sistemas” en general. (Millán, 2004, p.17).

No podemos hablar de redes sin mencionar a los medios de comunicación, que también influyen y mucho en la comunicación, ya sea de forma positiva o negativa.

Como Díaz (2012) menciona: “Así funcionan también los medios, nos lanzan estereotipos de quienes son galanes y quienes no, nos dan ejemplificaciones tomadas de la realidad y le dan un significado”. (p.49).

A su vez, los estudios culturales se han vuelto esenciales para la reconstrucción de la sociedad:

Los estudios culturales se han ocupado de los nexos entre relaciones sociales y sentidos; o, más exactamente, del modo en que las divisiones sociales reciben sentido. En términos generales, la cultura se ve como la esfera en la que se neutralizan y se representan las desigualdades de clase, género, raza, entre otras, de una manera que desune (hasta donde es posible) la conexión existente entre esas desigualdades, las económicas y las políticas. (Giraldo, Naranjo y Córdoba, 2008, p.21).

Como ha señalado Fuchs (2009): “La teoría crítica no acepta las estructuras sociales existentes tal como son, no se concentra en la sociedad tal como es. Está interesada en lo que pudiera ser y convertirse. Deconstruye ideologías que afirman que algo no puede ser cambiado” (p.36).

Para finalizar esta crítica a la comunicación, haremos un sucinto de los que podemos hacer con el habla al comunicarnos:

Nuestra clasificación de los actos de habla puede, pues, servir para introducir tres tipos puros, o mejor, tres casos de límites de acción comunicativa: la “conversación”, la acción dirigida por normas, y la acción dramática. Si tenemos, además, en cuenta las relaciones internas entre la acción estratégica y los 418 actos perlocucionarios, o entre la acción estratégica y los imperativos, obtenemos la siguiente clasificación de las interacciones mediadas lingüísticamente. (Habermas, 1981, p.357).

## **2.2 Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es la forma del periodismo que se dedica a informar sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Este proyecto de aprendizaje está diseñado para aquellos que gustan del periodismo y de la información deportiva, en donde se podrá adquirir conocimientos fundamentales para conocer de mejor manera el quehacer periodístico en el mundo de los deportes.

Además, el periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con sus conciudadanos, a los que involucra en la celebración de los logros de los deportistas y equipos nacionales en competiciones sobre las que informa.

El florecimiento de este tipo de periodismo especializado se fundamenta en gran medida en el hecho de que los profesionales de estos medios informan de un género específico comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del



deporte, como fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado. (Alcoba, 2005).

Boyle indicaba que tres factores influyen para que los deportes tengan la relevancia mediática de estos tiempos: la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; la digitalización, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia. Y la mercantilización, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria deportiva ahora y en forma regular involucra más medios e instituciones financieras, así como a las agencias gubernamentales.

Su inclinación, quizás se deba precisamente al agobio y desazón que le ocasionan los problemas económicos, las tensiones internacionales, la dureza del trabajo (cuando lo hay) y otros elementos menos lacerantes. Así, ante un lóbrego panorama en su vida cotidiana, encuentra en el deporte y su información, formas agradables de evasión y de compensación”. (Del Río, 1991, p.32)

### **2.2.1. Discurso predominante en la narración**

En el transcurso de la historia de lo que abarca el periodismo, se han hecho varias interpretaciones sobre lo que es el desarrollo, la producción y la naturaleza de los géneros periodísticos basado en lo que respecta a su estructura discursiva en el anticuado paradigma de la objetividad.

Esto trajo consigo que en las clase de casi todos las unidades universitarias de todo el mundo, el discurso sobre la enseñanza de los diversos métodos de redacción periodística sigan encaminados por los ya tradicionales procesos

que ofrece la “Pirámide Invertida” sumada ya a la tan mencionada técnica de los cinco interrogantes, o las cinco W por las siglas en inglés, de “who, what, when, how, where” (quién, qué, cómo, cuándo y dónde).

Frente al notable crecimiento de los llamados “nuevos medios” que se visualizan lo que es el medio digital y el ya aclamado “periodismo móvil”, la prensa escrita y el discurso de la misma, requieren de unos ajustes.

Un ajuste que sea desde la práctica del oficio, pero más importante, la enseñanza de lo que es una nueva narrativa para poner en marcha los llamados “géneros mayores del periodismo”.

¿Cómo seducir, usando un arma tan insuficiente como el lenguaje, a personas que han experimentado con la vista y con el oído todas las complejidades de un hecho real? La contestación, según el periodista y escritor, radica en la forma de la narración elemento que, sin embargo, a los editores les cuesta aceptar que esa sea la respuesta a lo que están buscando desde hace tanto tiempo. (Martínez, 1998, p.103)

Este cambio debe estar basado más en lo que respecta a la humanización de la noticia, la representación lo que lleva a interpretar los hechos. Estamos ante la propuesta de un cambio de paradigma en lo discursivo desde la perspectiva del periodismo. El paso de la desgastada objetividad a lo que podríamos llamar una subjetividad ética y honesta que aporta a la estética.

Con base en múltiples miradas de los contenidos y lenguajes periodísticos de la ciudad y la región y de sopesar la manera tradicional como se enseña la redacción de los géneros periodísticos, nace la necesidad de proponer un cambio de paradigma en el enfoque periodístico que nos lleva de una fría y lejana objetividad.

Como se viene sosteniendo, el viraje es hacia una subjetividad ética y honesta y que permita el reconocimiento de personajes y temas que componen las historias.

El ejercicio del periodismo cuenta con tendencia al cambio y en medio de la esta nueva era de la información en la que cada día un nuevo dispositivo, una nueva herramienta, un nuevo adelanto tecnológico lo hace más inmediato y capaz de abarcar a más gente en menos tiempo.

### **2.2.2. Exactitud de acontecimientos**

Se puede apreciar como algo manifiesto en la actualidad, más que nada por la presión a la inmediatez, que los periodistas deben informar de una manera precisa. Sin embargo, la gran cantidad de informes inexactos, particularmente perceptible en épocas electorales, sugiere que vale la pena revisar este punto.

Los medios de comunicación actuales han olvidado que la verdad es un elemento esencial y fundamental en la información, pero tan importante como este concepto lo es la justicia última, que es a la que se debe aspirar a la hora de informar.

El requerimiento de exactitud se entiende de diversas maneras posibles. Al nivel más simple significa que los periodistas informen los nombres de los candidatos de una manera exacta, que den números precisos para aquellos que participan en los eventos electorales, que informen lo que dicen los candidatos de manera exacta, etc.

Los periodistas tienen una amplia responsabilidad al colocar sus palabras y eventos que informan en un contexto claro y preciso. Un reporte de noticias puede fácilmente sesgarse a favor o en contra de un candidato en particular, si el contexto de una afirmación no es dado de modo preciso. Muy a menudo esto requiere que el periodista o editor coloque el comentario de un candidato en su correcta relación con la posición declarada de otros candidatos.

Los medios de comunicación siempre competirán por obtener rápidamente la noticia o el relato. Sin embargo, existe la responsabilidad ética de no sólo ser rápido, sino preciso o al menos lo más preciso posible de acuerdo a las

circunstancias. Existen razones pragmáticas para esto, así como de principios. Los medios de comunicación y los periodistas que son descuidados con los hechos serán menos confiables y les será más difícil reunir información.

Existen límites a la hora de informar. Por eso, es necesario que si a lo largo de la historia se ha visto que, o bien el poder político, o bien, como ocurre hoy, el poder económico, es el que lleva el control y la finalidad del medio, será preciso la existencia de un Organismo que vele por el bien de la ciudadanía, y que tenga el suficiente poder como para cambiar los Códigos periodísticos para que no sean tan ilusorios y sean más pragmáticos.

### **2.2.3. Fuentes de información**

Las fuentes de información son diversos tipos de materiales y documentos (orales, multimedia o escritos) que cuentan con información y con el fin de satisfacer una demanda de información o ya sea conocimiento.

En sistemas de información que integran datos provenientes de múltiples fuentes, la calidad de los datos ofrecidos al usuario final depende fuertemente de la calidad de los datos en dichas fuentes. En este contexto, el primer paso necesario para conocer la calidad de los datos entregados a los usuarios es analizar la calidad de los datos contenidos en las fuentes y para esto se deben realizar mediciones de calidad en cada una de las fuentes. Estas mediciones pueden ser realizadas a través de distintos procedimientos, que pueden variar considerablemente según los aspectos de la calidad que se deseen medir.

Existen tres tipos de fuentes de información: primarias, secundarias y terciarias. En el caso de las primarias, son las que se suelen encontrar en una biblioteca, aunque en la actualidad este tipo de fuentes también están en formatos digitales como DVD'S o microformas. Las secundarias son material sintetizado de las fuentes primarias, se suelen usar en apuros o cuando no se logra encontrar la fuente primaria. Mientras que la fuentes terciarias suelen

ser usadas más para lo que respecta a referencias de fuentes tanto primarias, como secundaria. Por ejemplo, bibliografías.

Morán y Alvite (2001) señalan que, “la tecnología World Wide Web ha supuesto la ruptura de la clasificación tradicional de las fuentes de información, puesto que “el carácter interactivo de la web permite integrar todas las tipologías desde una misma plataforma (página web)”. (p.126)

Elegir fuentes de información requiere por parte del investigador: apertura, observación, y análisis. Una fuente de información es confiable en la medida en que logramos relacionar de manera científica su utilidad con nuestra meta de investigación.

No basta con entender el concepto de “recurso informativo” como la suma de una fuente de información y una herramienta informática; eso significaría “hacer equivalente el recurso informativo a la fuente de información electrónica”. Sin embargo, lo que identifica un recurso informativo frente a la tradicional fuente de información es “su ineludible condición de bien, su valor económico”. (Moscoso, 1988)

La información puede proceder también de un individuo o de una colectividad. Es decir, se trata de fuentes que no están en un soporte material y que denominaremos “fuentes de información informales o personales”. En el primer caso, la fuente es de acceso directo, personal y de carácter individualizado y puede llevarse a cabo mediante contactos personales, entrevistas, teléfono o por correo postal y electrónico. Este tipo de fuentes se denominan personales, y el ejemplo más claro es la relación entre el director de investigación (tesis, tesina, proyecto) y el investigador, para orientar a éste en sus comienzos; o la aportación de especialistas en una materia para resolver, aclarar o satisfacer determinadas necesidades informativas. (Villaseñor, 1999).

#### **2.2.4. Cronología del suceso – Mundial Rusia 2018**

El Mundial de Fútbol (oficialmente Football FIFA World Cup o Copa Mundial de Fútbol de FIFA) es la competición más importante de este deporte. El torneo se lleva a cabo cada cuatro años y la sede es un país distinto en cada ocasión. Más de 160 selecciones nacionales compiten en torneos clasificatorios regionales durante un período de 2 años, pero solo 32 de estos seleccionados consiguen ser parte del evento principal. El próximo mundial será organizado por Qatar en el 2022.

La primera copa del mundo se disputó en Uruguay allá por los años 1930. Mientras que la última fue disputada en Rusia el 2018 donde el vigente campeón, Francia, se consagró en territorio ruso.

El Mundial Rusia 2018 dejó mucha materia para analizar, no solo en el ámbito deportivo, sino también en el político, económico y social. Y es que la política a veces se agarra del fútbol cuando ocurren eventos de gran magnitud, como en este caso lo es el mundial.

Mediante lo anteriormente explicado, esta investigación hará énfasis en las características del periodismo digital que implementó la FIFA en su página web, con los cuáles ganó millones de seguidores en muy poco tiempo debido al correcto uso de las nuevas tecnologías.

## 2.3 Definiciones conceptuales

**Agenda Setting.-** La teoría de la agenda setting, o simplemente teoría de la agenda, nos dice que como consecuencia de la acción de la prensa gráfica, la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de la esfera pública. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los mass media incluyen o excluyen de su propio contenido.

**Cobertura informativa.-** Manera de tratar y cubrir un evento de cualquier ámbito que tenga una gran repercusión en la actualidad. Con el pasar de los años su tratamiento se vuelve más innovador.

**Comunicación comercial.-** Es el conjunto de señales que emite una organización con carácter voluntario (es decir, una organización decide qué dice, cuándo lo dice y cómo y a quién se lo dice) para crear una imagen favorable de la empresa.

**Comunicación Online.-** La comunicación online es un método moderno de comunicarse a través de dos o más PC's, no importando cual sea la distancia en la que se encuentren, media vez se tenga una conexión a internet. La telefonía IP conjuga dos mundos históricamente separados: la transmisión de voz y la de datos.

**Comunicación Publicitaria.-** La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Dichos procesos son interacciones mediadas por signos entre dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienden reglas semióticas comunes.

**Era digital.-** Gira en torno a las nuevas tecnologías e Internet y está llevando a cabo cambios profundos y transformaciones de una sociedad que se mueve en un mundo globalizado. Estos cambios profundos suponen una verdadera revolución que nos toca vivir; a pesar de que todavía muchas personas no se hayan dado cuenta de lo que “tenemos encima”.

**Estructura de la noticia.-** Pretende suministrar la máxima información en el menor tiempo o espacio posible. El periodista, una vez que ha seleccionado el acontecimiento sobre el que pretende informar y ha recopilado a través de distintas fuentes informativas los datos necesarios para elaborar su noticia, tiene

que ordenar toda esa información para que el lector pueda comprenderla con facilidad.

**Ética.-** Es la rama de la filosofía que estudia lo correcto o equivocado del comportamiento humano, la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. Además, tiene como centro de atención las acciones humanas y aquellos aspectos de las mismas que se relacionan con el bien, la virtud, el deber, la felicidad y la vida realizada

**Ética periodística.-** Es un conjunto de normas específicas de la profesión que pretenden regular el actuar profesional de un informador en el ámbito periodístico. Están basadas en dos principios básicos: la responsabilidad social y la veracidad informativa. Además, exigen del corresponsal un continuo reciclaje y auto perfeccionamiento profesional.

**Fotoperiodismo.-** El fotoperiodismo es un género periodístico que tiene como objetivo representar y comunicar a través de fotografías determinados acontecimientos, personajes, temáticas o sucesos. Los periodistas que se dedican a este género se denominan reporteros gráficos o fotoperiodistas.

**Innovación tecnológica.-** La innovación es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario.

**Objetividad.-** Es un término empleado para referirse a la cualidad de objeto, es decir a la emisión de un comentario que se encuentre sujeto en sí mismo al objeto o tema que se esté hablando, independientemente de la sensibilidad o afinidad que posea la persona que comente, esta debe limitarse a solamente indicar las características observables que posee dicho objeto.

**Periodismo Cultural.-** Es la rama del oficio periodístico dirigida a cubrir todas las manifestaciones del amplio concepto que abarca el término de cultura en el día a día de una sociedad (principalmente arte, teatro, música, cine y literatura).

**Periodismo deportivo.-** es la forma del periodismo que informa sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos del interés de la opinión pública; de la cual todas las personas están informadas sobre los diversos deportes que se acontecen tanto, nacional o internacional.



**Periodismo digital.-** También llamado ciberperiodismo, es la convergencia de los diferentes medios en uno, Internet. Pero no se trata simplemente de diseminar los diferentes medios a través de una gran red, también involucra todo el proceso de periodismo aprovechando los recursos que ofrece la tecnología, promoviendo el desarrollo constante de información que la audiencia puede recibir en cualquier momento y lugar.

**Periodismo económico.-** Es una rama del periodismo enfocada a informar sobre los hechos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banco o el mercado bursátil; además muestra cómo analizar, interpretar y redactar la información económica.

**Periodismo social.-** Se define el periodismo de servicio como la información que aporta al receptor la posibilidad de acción y reacción. Aquella información ofrecida oportunamente que pretende ser de interés personal del lector/ oyente/ espectador, que no se limita a informar sobre sino para, que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y alcance de la utilidad.

**Mundial de Fútbol.-** es un gran evento deportivo en el que compiten las mejores selecciones nacionales del mundo de este deporte. Se celebra cada cuatro años desde 1930, con la excepción de los años 1942 y 1946, en los que se suspendió debido a la Segunda Guerra Mundial.

**Pluralidad.-** La existencia de la pluralidad es indispensable para la libertad y viceversa, es decir, ambas se nutren y se retroalimentan de la otra y en cierto punto no pueden concebirse por separado. En un contexto de libertad plena, como decíamos, todos podrán opinar acerca de un tema y cuando haya pluralidad entonces es porque se goza de libertad.

**Redes Sociales.-** es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

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

En este capítulo se presenta la metodología utilizada para efectos de esta investigación que tuvo como fin ejecutar y definir una metodología de manera adecuada que permitió cumplir con el objetivo principal de esta tesis, que fue identificar cuáles son las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018. Relacionada al grado de relevancia informativa que adquiere en la prensa digital diaria el tratamiento de las noticias relacionadas a quien fuera campeón en el último mundial: la selección francesa.

Para Abbagano (1961), en su libro explica que en lo que respecta a un marco metodológico, “consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas” (p.59)

Existen variadas formas de expresar las ideas. Estas pueden darse a conocer de manera implícita o explícita, la primera implica una lectura “entre líneas”, como si hubiera un segundo mensaje en el expuesto, es decir, se hace un **análisis de contenido**. Mientras que la segunda es una interpretación directa y clara de

lo que se quiere expresar. En el análisis de contenido en este trabajo se aplicó 7 informaciones. Sin embargo, en lo que refiere a los resultados, se observa en la tabla 1, un total de 7 noticias que son ampliada sobre la misma información, así que no fueron registrados como otras noticias aisladas; las noticias mencionadas contienen sus respectivos acompañamientos gráficos a informaciones de la página web de la FIFA, donde nos permitió identificar la posición editorial y cómo fue tomando forma a través de los recursos del lenguaje y las técnicas periodísticas presentes en la información.

Corresponden al campo del análisis de contenido las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto) o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración (Bardin, 1986, p.32)

En cuanto a lo que respecta a la metodología, se plasmó una revisión de documentos íntegros de la página web de la FIFA, en donde se detallaban los espacios gráficos y temas consignados, las coberturas y correspondencias llevadas a cabo y todos los recursos periodísticos existentes que intentan ser exhaustivo, científico y profundo, que fue explicado en la **ficha técnica** de análisis de contenido.

Hacemos mención al tipo de investigación descriptiva, para esto los autores Arias y Fidas, definen lo siguiente: “los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación”. (p.42)

Por ello el uso de este método sirvió para poder lograr un análisis y así reconocer específicamente la valoración de las noticias emitidas en el diario que se analizó. Así mismo, la **investigación interpretativa** y el diseño de **carácter cualitativo** logró que ambos trabajos reflejen una mezcla de elementos que pudieron afirmar que la investigación sea de índole cualitativa.

Pérez (2004) define:

El paradigma interpretativo emerge como alternativa al paradigma racionalista, puesto que en las disciplinas de ámbito social existen diferentes problemáticas, cuestiones y restricciones que no se pueden explicar ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa. Estos nuevos planteamientos proceden fundamentalmente de la antropología, la etnografía, el interaccionismo simbólico, etc. Varias perspectivas y corrientes han contribuido al desarrollo de esta nueva era, cuyos presupuestos coinciden en lo que se ha llamado paradigma hermenéutico, interpretativo-simbólico o fenomenológico. (p.123)

Podríamos entender que la interpretación implica tanto indagación como presentación. Cada fase de la investigación interpretativa estuvo apoyada por diversos estándares metodológicos. En el proceso de indagación, el cual vendría a ser la interacción comunicativa en la cual se buscó que se dé un diálogo exitoso entre el investigador y los actores.

La **investigación cualitativa** emerge de un punto de vista diferente del mundo. Los investigadores cualitativos buscan explicar el mundo en lugar de medirlo. El mundo de las ciencias sociales cualitativas es explicativo.

Es así que el autor Pérez (2001) explica que:

La investigación cualitativa surge una como alternativa al paradigma racionalista, puesto que en las disciplinas de ámbito social existen diferentes problemáticas, cuestiones y restricciones que no se pueden explicar, ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa. Estos nuevos planteamientos proceden fundamentalmente de la antropología, la etnografía, el interaccionismo simbólico, etc. (p.64)

Debemos tener en cuenta todos estos rasgos en una investigación cualitativa, para poder llevar un buen desempeño en nuestra investigación. Pues lo más importante al culminar esta investigación son las reflexiones, las cuales interpretamos durante el desarrollo.

### **3.2. Selección de la muestra de estudio**

Para llevar a cabo esta investigación realizamos un **análisis del discurso**, donde la muestra estuvo condicionada por la observación, clasificación y el análisis de la totalidad de 7 noticias correspondientes a la participación de la selección francesa en Rusia 2018 desde el 16 de junio hasta el 15 de julio publicadas en la página web de la FIFA. El presente análisis se concentró a 4 noticias testigo publicadas en la sección Mundial Rusia 2018 en la web de la FIFA, en un total de 16 días desde que Francia disputó los octavos de final, hasta que se proclamó campeón.

La muestra que se empleó fue de carácter **no probablístico**.

### **3.3. Técnicas de recolección de datos:**

Para realizar un trabajo de investigación es necesario llevar a cabo un desarrollo metódico que permita la adecuada consecución de los objetivos propuestos, así como una formulación clara, concreta y precisa del problema y una metodología de investigación rigurosa y adecuada al tipo de trabajo.

El análisis de contenido se realiza mediante una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa que proporciona suficientes elementos de juicio. Estos nos ayudan a contestar a muchas de las interrogantes que nos hacemos día a día cuando leemos la prensa. Hasta incluso nos permiten establecer una relación entre quien escribe, el medio y quien lo compra, según sean los objetivos y las reacciones que se produzcan luego.

Por lo general, todos los periódicos, plasman una información basada en los mismos hechos, y lo hacen mediante textos, fotografías e infografías. Es por ello que se diferencian en lo que refiere a artículos de opinión o crónicas, donde logran su sello distintivo.

El periodismo consta de tres géneros que son: de información, de opinión y de interpretación. Cada uno de estos géneros tienen subgéneros, los cuales se

deben analizar de distinto modo ya que tienen un contenido exclusivo que los diferencia y en los cuales se deben realizar distintas unidades de análisis.

Como Krippendorf (1997) menciona: “Determinar las unidades implica delimitar su definición, su separación, teniendo en cuenta sus respectivos límites y su Identificación para el análisis”. (p.81)

El primer objetivo del análisis de contenido es poder interpretar el diverso manifiesto de las comunicaciones ya sea de manera objetiva, sistemática o cuantitativa, lo que se busca es en primer lugar poder interpretarlas.

Corresponden al campo del análisis de contenido las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto) o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración (Bardin, 1986, p.32)

Luego de ello, debemos identificar las variables, establecer la modalidad en la cual se analizará el contenido, determinar las unidades de registro, definir las categorías y más elementos los cuales ayudan a simplificar, aunque no parezca, la investigación.

El tema de la credibilidad en la investigación cualitativa ha preocupado desde un principio a los metodólogos; en este sentido, la credibilidad exige que sean aplicadas reglas análogas a las de la fiabilidad y validez. El término credibilidad se utiliza en investigación cualitativa en un sentido análogo al de fiabilidad y validez, propios de la metodología cuantitativa (Bisquerra, 1996, p.259)

Es así como el análisis del contenido del periodismo, puede resultar algo complejo en primera instancia pero aplicando los métodos ideales y definiendo los parámetros, ayuda a la interpretación y reduce el tiempo de investigación que puede ocasionar el no aplicar los métodos mencionados.

### **3.3.1 Instrumentos:**

Se utilizó una ficha morfológica de la prensa en la investigación, debido al número de informaciones encontradas acerca del suceso. Se ha realizado intentando recoger una muestra, la cual logre ser la más significativa y acotada posible. Esta técnica es la del **análisis morfológico de la prensa** que permite poner en primera instancia, las características fundamentales de la web digital.

Kayser define en su análisis de la prensa, que se divide en tres partes: la primera estudia la personalidad de la web, la segunda la morfológica propiamente dicha y la última que es la valoración. Para proceder al estudio fue necesario subdividir los periódicos de información general. La descripción de la personalidad de la web consta de dos partes: el registro de identificación y el expediente de identidad.

### **3.4. Aspectos éticos:**

La información que se va a exponer en esta investigación, respeta lo que corresponde a las fuentes para el marco teórico, señalando el nombre del libro, autor. Además de fuentes electrónicas. Utilizando las normas APA para hacer un correcto uso de citas de libros, revistas y otros documentos relevantes que nos ayudaron al estudio de esta investigación periodística. Por ello, se garantiza la inexistencia de plagio, por lo demás, se respetarán los procesos para realizar una buena investigación.

## CAPÍTULO IV RESULTADOS

El objetivo de investigación estuvo relacionado a identificar las características del periodismo deportivo en el Mundial Rusia 2018 en la participación que tuvo la selección francesa.

Una vez recolectada la información mediante la aplicación de la ficha técnica de análisis de contenido, procedimos, a la elaboración de tablas y gráficas en las que se detallan de una manera clara todas las cifras relevantes, para describir los aspectos abordados a lo largo de la investigación realizada.

**Tabla 1**  
**La función comunicativa del titular**

Fecha	Titular	Función comunicativa	Tipo de noticia
16/06/2018	Francia gana ajustadamente en su estreno	Expresiva	Principal
21/06/2018	Mbappé mete a Francia en octavos y despide a Perú	Expresiva	Principal
26/06/2018	<b>Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018</b>	Expresiva	Principal
30/06/2018	Francia deja afuera a Argentina con un estelar Mbappé	Expresiva	Principal
06/07/2018	La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay	Expresiva	Principal
10/07/2018	<b>Umtiti mete a Francia en su tercera final</b>	Expresiva	Principal
15/07/2018	<b>Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA</b>	Expresiva	Principal



En la Tabla 1, encontramos que todos los titulares analizados en la web de la FIFA, que son siete, respecto a la participación de Francia en Rusia 2018 tienen una función comunicativa expresiva.

**Tabla 1.1 (tipo de titulares aparecidos en la web)**  
**Características sintácticas presentes en los titulares**

<b>Criterio Sintáctico</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Número de palabras</b>
<b>Tipo de Oración</b>	Simple	7	2902
	Compuesta	0	0
	Frase	0	0
			2902
<b>Tipo de verbo</b>	Pasado	0	0
	Presente	7	2902
	Futuro	0	0
			2902
<b>Color de tipografía del titular</b>	Amarillo	0	0
	Blanco	0	0
	Negro	7	2902
			2902
<b>Figuras Retóricas</b>	Normal	6	2379
	Ironía	0	0
	Comparación	1 (La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay-06/07/2018)	523
			2902

En la Tabla 1.1, relacionada a “características sintácticas” presentes en los titulares, se observa que el total de noticias analizadas de la web de la FIFA, están compuestos por oraciones simples (siendo un total de siete). El “tiempo verbal” más utilizado en los titulares es el “tiempo presente”, el cual lo encontramos en las siete noticias relacionadas a la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.

La “aparición de las figuras retóricas” como recurso estilístico periodístico observamos que solo encontramos una comparación en uno de los titulares de las noticias analizadas el cual es el del 06 de junio de 2018 a nombre de “La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay”.

La totalidad de palabras sumadas entre todas las noticias analizadas de la web de la FIFA respecto a la participación francesa en Rusia 2018, suman exactamente 2902 palabras

**Tabla 2**

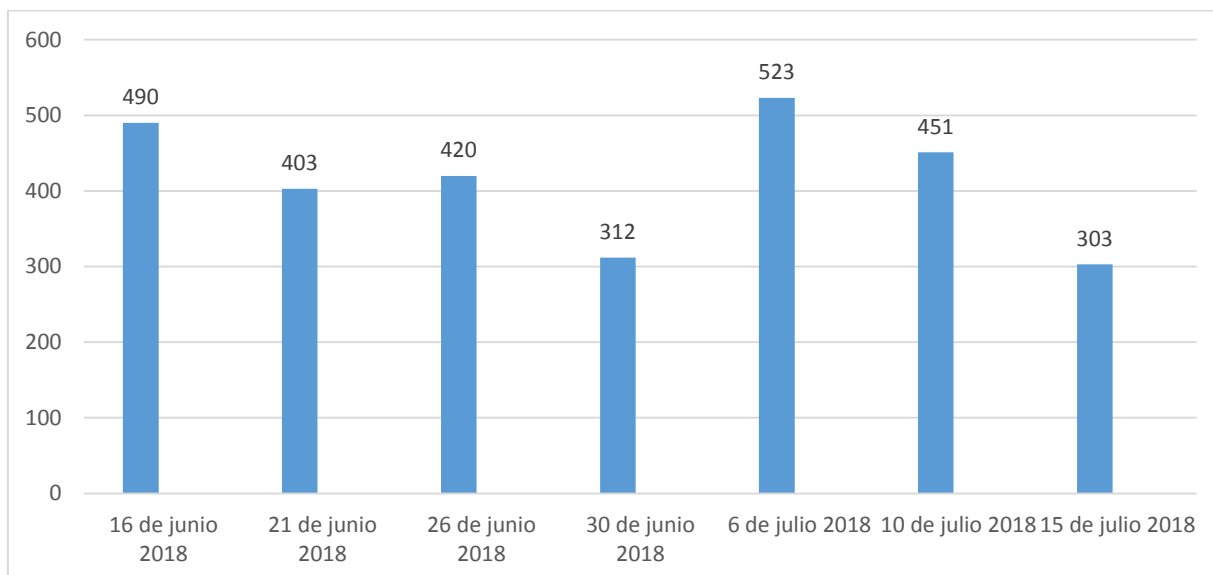
**Visibilidad redaccional de las noticias en la web de la FIFA sobre la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.**

<b>N° de noticia</b>	<b>Fecha de noticia</b>	<b>Titular</b>	<b>N° de palabras</b>
1	16 de junio 2018	Francia gana ajustadamente en su estreno	490
2	21 de junio 2018	Mbappé mete a Francia en octavos y despide a Perú	403
3	26 de junio 2018	<b>Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018</b>	420
4	30 de junio 2018	Francia deja afuera a Argentina con un estelar Mbappé	312
5	6 de julio 2018	La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay	523
6	10 de julio 2018	<b>Umtiti mete a Francia en su tercera final</b>	451
7	15 de julio 2018	<b>Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA</b>	303

Fuente Propia

**Gráfico 1**

**Visibilidad redaccional de las noticias en la web de la FIFA sobre la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.**



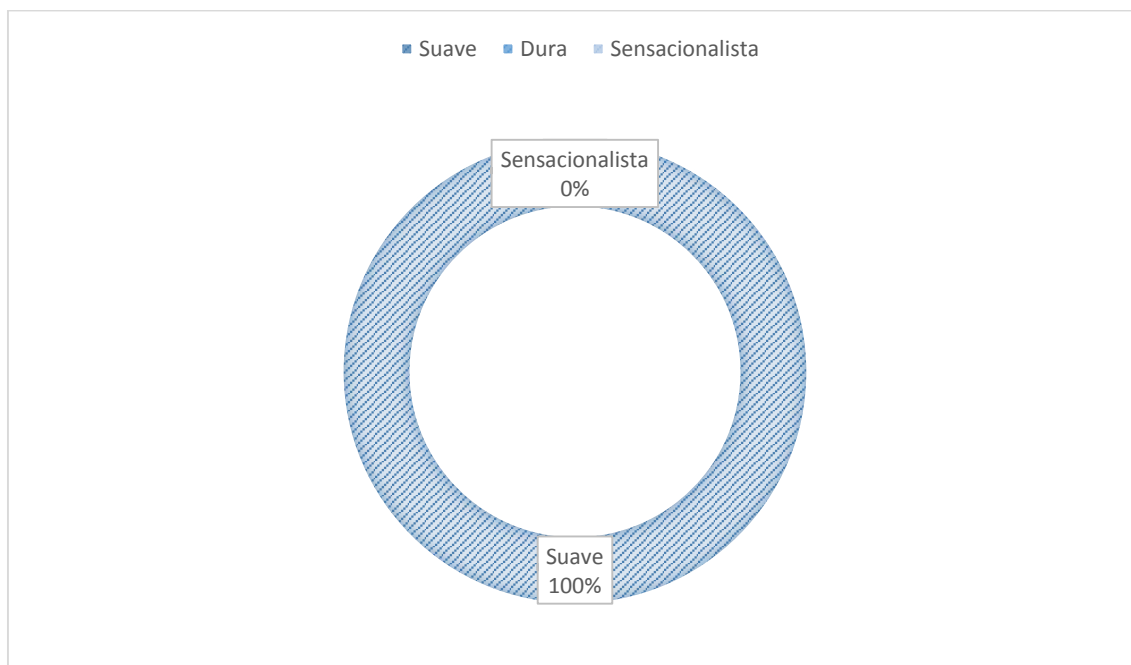
Fuente propia

En la tabla 2 y el gráfico 1 de distribución de frecuencia, el mayor número de palabras que se observa relacionado a visibilidad redaccional de las noticias de la participación francesa en el Mundial Rusia 2018, tiene como número mayor: 523 palabras del 6 de julio del 2018 (La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay), seguido de la noticia del 16 de junio del 2018 que contiene 490 palabras (Francia gana ajustadamente en su estreno).

Le siguen dos noticias, la del 10 de julio de 2018 (Umtiti mete a Francia en su tercera final) y la del 26 de junio de 2018 (Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018) con 451 y 420 palabras, respectivamente. Finalmente, se observa con menor cantidad de palabras a la noticia del 15 de julio del 2018 (Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA).

**Gráfico 2**

**Orientación de las noticias en la web de la FIFA de la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.**



Fuente Propia

En el Gráfico 2, en relación a la orientación de las noticias relacionadas **a la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018**, resalta únicamente la noticia suave (aquellas donde el autor no valora de ninguna manera el hecho, aportando simplemente los datos objetivos del hecho) con un 100% en las 7 noticias analizadas.

**Tabla 3**

**Características de las imágenes / fotografías en las noticias de la web de la FIFA relacionadas a la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.**

criterio	Categoría	Número	Porcentaje
Tipo de imagen	Fotografía	7	100%
	Gráfico	0	0%
			100%
Coloración de la imagen	A color	7	100%
	Blanco/Negro	0	0%
			100%
Plano	General	0	0%
	Medio	0	0%
	Primer Plano	0	0%
	Busto	0	0%
	Primerísimo primer plano	0	0%

	<p style="text-align: center;">Conjunto</p> 	7	100%
	Americano	0	0
			100%
Género de la fotografía	Fotografía deportiva	7	100%
	Fotografía Policial	0	0%
			100%

Fuente Propia

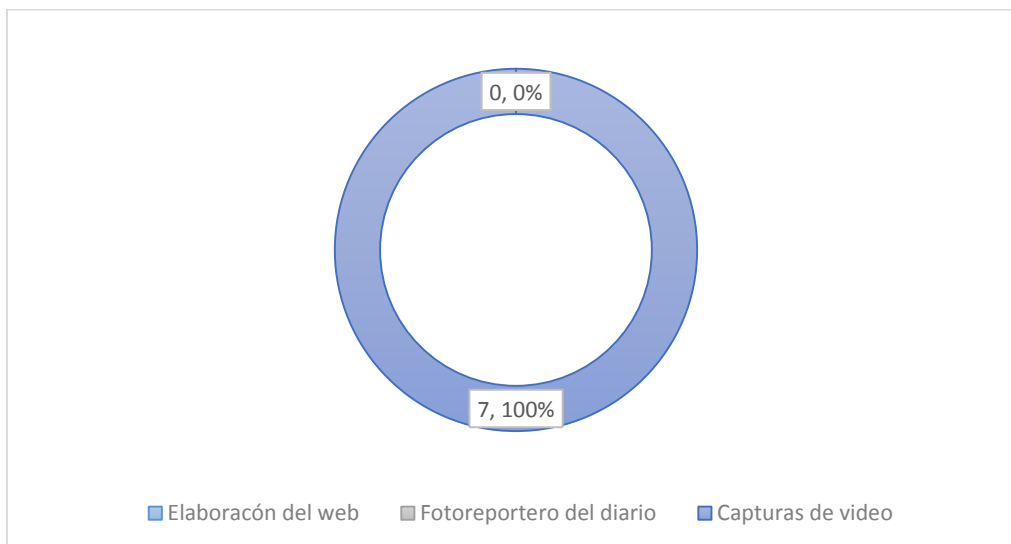
En la Tabla 3, relacionada a las características de las imágenes / fotografías; el mayor valor que se observa en el “tipo de imagen” que acompaña a la noticia, está representada en un 100% por “fotografías” y un 0% correspondiente a “gráficos” (ilustraciones, infografías o documentos digitalizados). La totalidad de las imágenes (4 analizadas) fueron a color (100%). No se encontraron imágenes en blanco y negro.

La relación de los “planos aparecidos en las imágenes”: el plano conjunto está presente en la totalidad de las noticias analizadas en la web de la FIFA, estando presente en los 7 hechos noticiosos.

La predominancia del género fotográfico es la “fotografía deportiva”, representada con un 100%; el cual evidencian el contenido de la web.

### Gráfico 3

**Análisis sobre la procedencia de las imágenes en la web de la FIFA de las noticias relacionadas a la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018.**

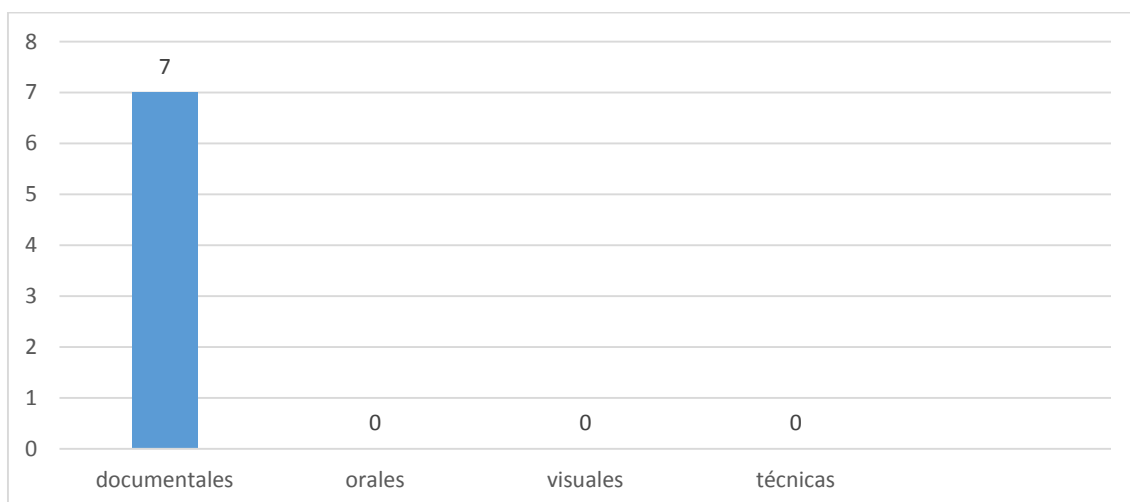


Fuente Propia

En el Gráfico 3, del análisis sobre la procedencia de las imágenes que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se detectó que todo el porcentaje está representado por fotografías de capturas de video de la web (luego de editar el video, dejaba un pantallazo de éste) con un 100%.

#### Gráfico 4

#### Análisis sobre las fuentes de información en la web de la FIFA de la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018.



En el Gráfico 4, del análisis sobre la procedencia de las fuentes de información que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se detectó que todo el porcentaje está representado por fuentes documentales (exactamente, de Twitter) con un 100%.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018- web de la FIFA**

El periodismo deportivo es la forma del periodismo que se dedica a informar sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Esta investigación está diseñada para aquellos que gustan del periodismo y de la información deportiva, en donde se podrá adquirir conocimientos fundamentales para conocer de mejor manera el quehacer periodístico en el mundo de los deportes. La prensa deportiva peruana ha alcanzado, durante el último semestre, un inusual nivel de protagonismo. La clasificación de la Selección de Perú al mundial de Rusia 2018 durante el último trimestre del 2017 y su participación en la competencia celebrada entre junio y julio del 2018 han generado que los medios especializados en deportes ocupen el primer plano de la información.



El crecimiento de los eventos deportivos, particularmente Mundiales de Fútbol y Juegos Olímpicos, y su vinculación directa con los medios de comunicación, desde finales del s. XIX hasta principios del s. XXI, ha contribuido para que los iniciadores del periodismo deportivo, transmitan esa información, primero con el sentimiento del oficio y después con el rigor de la profesión y a medida que los procesos de información vayan evolucionando. Analizamos la web de la FIFA; una época en la que las plataformas digitales han ganado mayor protagonismo y la inmediatez se ha convertido en una característica básica de la información, este medio de comunicación ha logrado plasmar la exposición mediática del formato digital, relacionado al evento Rusia 2018, enfocado en la selección de Francia. En un escenario mundialista como en el que actualmente vive nuestra sociedad, resulta importante encontrar las principales características que definen la noticia deportiva a nivel digital. Los periodistas no pueden seguir siendo tan clásicos. El nuevo rol de conversar con los usuarios, gestionar aportaciones y explorar nuevas formas de narrar, abren la puerta para muchos nuevos perfiles, cada uno especializado en un aspecto de la producción periodística. Es así como a medida que un medio va creciendo se hace imprescindible el trabajo de un arquitecto de la información, especialistas en interactividad (...). (Serrano, 2011, p.30)<sup>3</sup> Tanto en el diseño de las webs como en la diagramación de las páginas impresas, este tipo de periodismo ha sabido siempre innovar para hacer más atractivos sus textos y atrapar la atención de los lectores a través de fotografías espectaculares, titulares de grandes dimensiones, infográficos singulares y, últimamente, mediante otros elementos multimedia que completan la representación visual y sonora de los datos que se producen en las competiciones. (Rojas, 2014, p.184).<sup>4</sup> Podríamos afirmar que los recursos gráficos se han convertido hoy en día en una herramienta muy eficaz que garantiza una mejor aceptación de la noticia por parte de la audiencia.

---

<sup>3</sup> Serrano, C. (2011). Emprendimiento periodístico en Internet: pistas para crear nuevos medios pensando en los usuarios. 4º Foro Internacional de Periodismo Digital. Periodismo Digital: Convergencia, redes y móviles, 1, 19-30.

<sup>4</sup> Rojas, J. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Correspondencias & Análisis, (4), 184..

Para esta investigación encontramos que los titulares analizados en la web de la FIFA, que son siete, “Francia gana ajustadamente en su estreno”, “Mbappé mete a Francia en octavos y despide a Perú”, “Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018”, “Francia deja afuera a Argentina con un estelar Mbappé”, “La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay”, “Umtiti mete a Francia en su tercera final” y “Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA” respecto a la participación de Francia en Rusia 2018, todos tienen una función **comunicativa expresiva**. Estos se caracterizan por presentar la noticia con cierta carga de espectacularidad, logrando así captar la atención del lector. Cumpliendo así también la función integradora contando experiencias reflejadas. En lo que respecta a la narrativa, en cada nota se encontró que mantenía la línea no alterando los hechos y siempre encontrando un orden lógico y sobre todo de la manera en que ocurrieron los hechos en enlaces de cada nota para contarle experiencias más íntimas al lector. Hasta llegar al punto de la función afectiva que genera emoción en los lectores. Además, el tiempo en que transcurren los siete titulares mencionados se encuentran en tiempo presente y representan la noticia principal del hecho. En lo referido al **lenguaje planteado**, web de la FIFA, apuesta por el uso óptimo del lenguaje digital y las técnicas de posicionamiento. Apela al uso de una aplicación para realizar la cobertura del suceso noticioso, utiliza de manera óptima ciertas técnicas digitales que logran captar la atención de sus lectores y generar tráfico en su web. Prevalece en su contenido, fotos o los videos cortos cuya relevancia se impone a cualquier otro elemento de la noticia. El análisis sobre la procedencia de las fuentes de información que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se detectó que está representado por fuentes oficiales de la propia FIFA y no oficiales en lo que respecta a los despachos en vivo de cada partido, con un representante de cada país que disputó el Mundial Rusia 2018. Las características de las imágenes / fotografías; el mayor valor que se observa en el “tipo de imagen” que acompaña a la noticia, está representada en un 100% por “fotografías” y un 0% correspondiente a “gráficos” (ilustraciones, infografías o documentos digitalizados). La totalidad de las imágenes (4 analizadas) fueron a color (100%). No se encontraron imágenes en blanco y negro. La relación de los “planos aparecidos en las imágenes”: el plano conjunto está presente en la totalidad de las

noticias analizadas en la web de la FIFA, estando presente en los 7 hechos noticiosos. La predominancia del género fotográfico es la “fotografía deportiva”, representada con un 100%; el cual evidencian el contenido de la web. La orientación de las noticias relacionadas **a la participación de Francia en el Mundial Rusia 2018**, resalta únicamente la noticia suave (aquellas donde el autor no valora de ninguna manera el hecho, aportando simplemente los datos objetivos del hecho) con un 100% en las 7 noticias analizadas.

### **Características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con el discurso predominante en la narración**

Se puede observar como algo manifiesto hoy en día, sobre todo por la presión a la inmediatez, que los periodistas deben informar de una manera precisa. La FIFA, que no es ajena a estos fenómenos sociales, anda interesada en que más países en el mundo disfruten esas sensaciones y que menos sientan la ausencia a estas citas mundialistas; los dirigentes del máximo organismo creen que bajo el argumento de ampliar los participantes conseguirán ese objetivo.

El requerimiento de exactitud se entiende de diversas maneras posibles. Al nivel más simple significa que los periodistas informen los nombres de los candidatos de una manera exacta, que den números precisos para aquellos que participan en los eventos electorales, que informen lo que dicen los candidatos de manera exacta, etc.

Los periodistas tienen una amplia responsabilidad al colocar sus palabras y eventos que informan en un contexto claro y preciso. Un reporte de noticias puede fácilmente sesgarse a favor o en contra de un candidato en particular, si el contexto de una afirmación no es dado de modo preciso. Muy a menudo esto requiere que el periodista o editor coloque el comentario de un candidato en su correcta relación con la posición declarada de otros candidatos.

Del análisis sobre la procedencia de las imágenes que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se

detectó que todo el porcentaje está representado por fotografías de capturas de video de la web (luego de editar el video, dejaba un pantallazo de éste) con un 100%.

En lo que respecta a lo relacionado con las características de las imágenes / fotografías; el mayor valor que se observa en el “tipo de imagen” que acompaña a la noticia, está representada en un 100% por “fotografías” y un 0% correspondiente a “gráficos” (ilustraciones, infografías o documentos digitalizados). La totalidad de las imágenes (7 analizadas) fueron a color (100%). No se encontraron imágenes en blanco y negro.

Lo que es en sí la noticia, indica más que nada, como concluyó el resultado, quiénes anotaron los goles y a que instancia iba clasificando la selección francesa hasta llegar a proclamarse campeona del mundo.

Toda la noticia era narrada en tiempo presente y manteniendo un enfoque sobrio en su mayoría. Salvo en el triunfo de Francia sobre Argentina cuando señalaron que fue un show estelar de el joven delantero Kylian Mbappe.

### **Características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con la estructura de la información**

La relevancia social adquirida en los últimos años por la información deportiva como el producto periodístico más popular, de mayor alcance social y más consumida en muchos países. La mayor parte de los contenidos que aparecen en estos medios versan sobre fútbol, el cual se ha convertido en la base del negocio periodístico por su enorme capacidad para atraer la atención de público y anunciantes. El fútbol por exceso se ha convertido en un elemento clave de la espectacularización del periodismo, lo que ha desplazado otros contenidos más puramente informativos referentes a otras disciplinas.

La estructura de la noticia pretende suministrar la máxima información en el menor tiempo o espacio posible. El periodista, una vez que ha seleccionado el acontecimiento sobre el que pretende informar y ha recopilado a través de distintas

fuentes informativas los datos necesarios para elaborar su noticia, tiene que ordenar toda esa información para que el lector pueda comprenderla con facilidad. El deporte en general, y el fútbol en particular por tratarse de la disciplina con mayor número de seguidores, se erige, así como un «hecho social total», esto es, un fenómeno que moviliza a sociedades enteras con sus respectivas instituciones e impone su centralidad cultural debido a la fuerza de una popularidad y una universalidad que le son innegables (Coelho, 2004 p. 22)<sup>5</sup>. Por otra parte, este tipo de periodismo a lo largo de su evolución ha ido marcando tendencias, creando un estilo propio –basado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas– y aportando un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible para todos los públicos. (Alcoba, 2005 p. 10)<sup>6</sup> Una noticia debe hacerse de una manera organizada y ordenada. Siempre comienza por lo más importante, los datos se van distribuyendo a lo largo de la noticia por el grado de interés que tengan. La noticia consta de tres partes: títulos, entrada o lead y cuerpo de la información. Los títulos son la llamada de atención del lector, lo que va a captar su atención. La entrada viene a ser el núcleo, la esencia de la información, es el párrafo inicial que resume los datos más importantes. El cuerpo desarrolla lo anticipado en la entrada o lead, ampliando esos datos e introduciendo otros nuevos.

Si bien hemos visto que el fútbol ocupó un lugar de privilegio en la web de la FIFA; ser el deporte que genera una mayor expectación e impacto social, no siempre lo hace apoyándose en informaciones de máxima actualidad (noticias y crónicas), sino que en ocasiones se fundamenta tan solo en anécdotas y curiosidades del día a día de jugadores, Se evidencia que las informaciones de la Web de la FIFA, sobre el Mundial Rusia 2018; tuvo un tratamiento singular tanto desde el punto de vista de la selección de Francia y presentación de los contenidos, como del empleo de géneros y formatos en las informaciones. Dada la relevancia del acontecimiento o los logros alcanzados como el campeón del mundo, merecía una consideración y una mayor valoración periodística por parte del medio. Ensalza los logros de los deportistas en el mundial, dentro y fuera de sus fronteras

---

<sup>5</sup> Coelho L. (2004) El deporte de informar, Paidós Estudios de Comunicación, Buenos Aires p.

<sup>6</sup> Alcoba, A. (2005) Cómo hacer periodismo deportivo, Ed. Paraninfo, Madrid

En lo que respecta a la investigación, de las 7 noticias analizadas por la web de la FIFA, encontramos que en un 100% de veces se utilizó el plano conjunto en la imagen. “Francia gana ajustadamente en su estreno” (Paul Pogba), “Mbappé mete a Francia en octavos y despide a Perú” (Kylian Mbappe y Antoine Griezmann), “Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018” (Christian Eriksen), “Francia deja afuera a Argentina con un estelar Mbappé” (Kylian Mbappe), “La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay” (Raphael Varane, Paul Pogba y Antoine Griezmann), “Umtiti mete a Francia en su tercera final” (Samuel Umtiti y Raphael Varane) y “Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA” (Antoine Griezmann, Didier Deschamps Emmanuel Macron).

Además, también se observó el porcentaje del 100% o total en lo que respecta a la fuente de la web de la FIFA que es Open Sans y que todas éstas fueron noticias suaves. Con el estilo de la noticia suave, puesto que se utiliza un **lenguaje cotidiano** fácil de entender para la gran mayoría de los fanáticos del fútbol.

En lo que respecta a distribución de frecuencia, el mayor número de palabras que se observa relacionado a visibilidad redaccional de las noticias de la participación francesa en el Mundial Rusia 2018, tiene como número mayor: 523 palabras del 6 de julio del 2018 (La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay), seguido de la noticia del 16 de junio del 2018 que contiene 490 palabras (Francia gana ajustadamente en su estreno).

Le siguen dos noticias, la del 10 de julio de 2018, “Umtiti mete a Francia en su tercera final” y la del 26 de junio de 2018 “Dinamarca avanza con el primer empate sin goles de Rusia 2018” con 451 y 420 palabras, respectivamente. Finalmente, se observa con menor cantidad de palabras a la noticia del 15 de julio del 2018 “Francia gana su segunda Copa Mundial de la FIFA”.

Los principios básicos del periodismo que figuran a continuación proporcionan una excelente base para todo aquel que aspira a lanzarse a la esfera de la información pública demostrando responsabilidad en la forma de informar. Hay

cientos de códigos de conducta, cartas y declaraciones de los medios de comunicación y los grupos de profesionales que contienen los principios, valores y obligaciones del oficio del periodista. La mayoría se enfoca en cinco temas comunes:

Los periodistas no siempre pueden garantizar la verdad, pero obtener los hechos con exactitud es un principio cardinal del periodismo. Siempre debemos luchar por la precisión, dar a todos los hechos pertinentes que tenemos y garantizar que han sido verificados. Cuando no podamos corroborar la información que debemos decirlo.

Los periodistas deben ser las voces independientes, no debemos actuar, formal o informalmente, en nombre de intereses específicos, ya sean políticos, empresariales o culturales. Debemos dejara clara ante nuestros editores – o audiencia – cualquier afiliación política, financiera u otra información personal que pueda constituir un conflicto de intereses.

La mayoría de las historias tienen al menos dos lados. Si bien no hay obligación de presentar todos los puntos de vista en cada pieza periodística, las historias deben ser equilibradas y presentadas con contexto.

La objetividad no siempre es posible, y puede no ser siempre deseable (al narrar por ejemplo, actos de extrema brutalidad o crueldad), pero informar imparcialmente genera credibilidad y confianza. Los periodistas no deben dañar a nadie. Lo que publiquemos puede ser hiriente, pero debemos ser conscientes del impacto de nuestras palabras e imágenes en las vidas de los demás.

Una señal segura de profesionalismo y periodismo responsable es la capacidad de asumir nuestra responsabilidad. Cuando cometemos errores, debemos corregirlos y nuestras disculpas deben ser sinceras, no cínicas.

Escuchemos las preocupaciones de nuestra audiencia. No podemos cambiar lo que los lectores escriban o digan, pero siempre podemos rectificar cuando hemos sido injustos.

De este modo, los periodistas y los medios de comunicación tradicionales podrán ejercer un liderazgo respecto a la libertad de expresión ética. Lo que es bueno para el periodismo también es bueno para otras personas que utilizan internet o los medios de comunicación en línea para expresarse públicamente.

### **Características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 con la cobertura informativa**

Es la manera de tratar y cubrir un evento de cualquier ámbito que tenga una gran repercusión en la actualidad. Con el pasar de los años su tratamiento se vuelve más innovador. Cuando hablamos de cobertura informativa en el periodismo, nos referimos al acontecer diario que los periodistas muestran en los medios que laboran. Dicha cobertura puede ser buena o mala, puede tener otros fines que infringen a la ética periodística.

Los medios de comunicación promueven el espectáculo deportivo y es ahí donde las empresas quieren llegar, pues hay un gran público receptor del producto. El patrocinio está muy vinculado con la forma en cómo los medios intervienen en el deporte, pues existe una retroalimentación ya que el deporte ofrece seguidores a los medios de comunicación y estos ofrecen audiencia: el público objetivo de las empresas, porque si no hay público objetivo no hay audiencia y sin audiencia no hay rating, lectoría o sintonía. “El consumidor es el motivo principal de este proceso de comunicación e inversión” (Zenteno, 2004). Las fuentes son la principal herramienta con la que los periodistas construyen la información y constituyen un indicador fundamental de la calidad de las noticias. Las fuentes cumplen un rol crucial. Por tratarse de iniciativas integrales que tratan con una batería diversa de públicos de interés, tanto la cantidad de fuentes



que consultan los periodistas como el tipo de fuentes resultan de fundamental importancia para determinar la calidad y profundidad de la información.

El análisis sobre la procedencia de las fuentes de información que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se detectó que todo el porcentaje está representado por fuentes documentales (exactamente, de Twitter) con un 100%.

Por ello, al tener presencia global y una extendida influencia cultural debido al gran impacto económico, político, social y mediático, las ligas profesionales y los espectáculos deportivos ocupan un lugar privilegiado en cuanto al entretenimiento masivo ya que generan millones de ganancias en patrocinios y derechos de televisión.

Del análisis sobre la procedencia de las imágenes que utiliza la web de la FIFA en la participación de Francia en instancias finales del Mundial Rusia 2018, se detectó que todo el porcentaje está representado por fotografías de capturas de video de la web (luego de editar el video, dejaba un pantallazo de éste) con un 100%.

En lo que respecta a la hipertextualidad, encontramos el uso del hipervínculo y los tags en las 7 noticias. Teniendo un 100% de presencia de ambas en las noticias analizadas en la web de la FIFA.

## CONCLUSIONES

- Al término del análisis de las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018 respecto a la participación de la selección francesa entre los meses de junio y julio del 2018, comprobamos el género predominante fue el informativo ya que se encontró presente en todas las noticias analizadas y que el orden de las noticias iban de manera temporal. También se verificó que el 100% de las noticias que se analizó eran de la categoría suave, esto quiere decir que fueron aquellas donde el autor no valora de ninguna manera el hecho, aportando simplemente los datos objetivos del hecho. Además, todas las noticias contenían fotografías donde en su mayoría se hacía evidencia del plano conjunto donde prima el colectivo francés y no solo una figura individual.
- La web de la FIFA mantuvo en todas las noticias analizadas, una misma línea, manejando el mismo orden y colocando los hechos de cada partido en la manera que iban ocurriendo.
- La redacción de sus titulares y textos, así como el contenido de sus imágenes, sin lugar a dudas lo han convertido a la web de la FIFA en uno de los medios de comunicación más serios y atractivos a su vez que podemos encontrar en el plano digital. Ofrecen al lector noticias netamente deportivas, sin caer en el sensacionalismo como la mayoría de medios.
- La web de la FIFA utiliza un promedio de entre 300 y 500 palabras por nota realizada. Lo cual significa que no se explayan mucho en el texto y solo dan los sucesos y datos más relevantes del encuentro para cubrir el resto con material audiovisual como videos, fotogalerías, hashtags, enlaces o etiquetas.

## **Recomendaciones:**

- La prensa deportiva digital ha logrado una importante presencia dentro de las preferencias de consumo de la sociedad, siendo así su labor una importante herramienta de información que tiene el poder de crear sensaciones y emociones en el público receptor sobre lo que lee u observa. Es por ello, que se recomienda a la web de la FIFA mantener el lenguaje empleado en sus notas, ya que si bien es cierto en su mayoría es un lenguaje coloquial, en algunos se encuentran tonos bélicos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### 5.1. Referencias bibliográficas

Alcoba A. (2005). *Periodismo Deportivo*. Editorial Síntesis, Madrid. Recuperado de: <https://www.casadellibro.com/ebook-periodismo-deportivo-ebook/9788499583426/2351523>

Alcolea, G, (2003.) *La televisión digital en España*. Editorial Comunicación Social, Sevilla. Recuperado de: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/34803/1/193televisiondigital.pdf>

Arnanz, C.M, (2002). *Negocios de televisión. Transformaciones de valor en el mercado digital*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/267224777\\_Analisis\\_de\\_los\\_contenidos\\_culturales\\_en\\_las\\_televisiones\\_generalistas\\_espanolas](https://www.researchgate.net/publication/267224777_Analisis_de_los_contenidos_culturales_en_las_televisiones_generalistas_espanolas)

Bianchi L. (1991). *Deporte y periodismo: el problema de la subvaloración*. (tesis doctoral), Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago. Recuperado de: [http://comunicaciones.uc.cl/prontus\\_fcom/site/artic/20050620/pags/20050620193605.html](http://comunicaciones.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20050620/pags/20050620193605.html)

Crucianelli S. (2013). *Herramientas Digitales para Periodistas*. Editorial Clarín, Buenos Aires. Recuperado de: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pd>

Rojas J. (2011). *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Editorial Fragua, Madrid. Recuperado de: <https://www.fundeu.es/libro/periodismo-deportivo-de-calidad/>

Rojas J. (2012). *Periodismo Deportivo de Manual*. Editorial Tirant Humanidades, Ciudad de México. Recuperado de: <https://www.casadellibro.com/libro-periodismo-deportivo-de-manual/9788416786572/5321060>

## Referencias de Tesis

Cobo, R. (2014). El Espectáculo Futbolístico y la Construcción de la Realidad Social (Tesis doctoral) Universidad de Valencia, Facultad de Filosofía, Traducción y Comunicación. España. Recuperada de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/42908>

Lastra, G. (2014). El periodismo deportivo en Twitter: análisis del uso de la herramienta por parte de los profesionales de la información (Tesis doctoral) Universidad Europea Madrid, Facultad de Comunicación, Madrid. España. Recuperada de: [http://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/3805/GLP\\_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/3805/GLP_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

López, C. (2017). La Gestión De La Comunicación Online en los Eventos Deportivos: La Estrategia 2.0 de los CEU 2013 (Tesis doctoral) Universidad de Vigo, Facultad de Ciencias Sociales, Vigo. España. Recuperada de: [http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/560/La\\_gestio%20de\\_la\\_comunicacion.pdf?sequence=5&isAllowed=y](http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/560/La_gestio%20de_la_comunicacion.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

**Naranjo, A. (2011).** Tratamiento de la Información Deportiva en la Prensa: La Crónica como Género Prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona (Tesis doctoral) Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Málaga. España. Recuperada de: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR\\_NARANJO\\_ARCOS.pdf?sequence=6](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARCOS.pdf?sequence=6)


Roger, V. (2010). Nuevas Tecnologías aplicadas a la Realización de la Información Audiovisual y Retransmisiones Deportivas (Tesis doctoral) Universidad Politécnica de Valencia, Facultad de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historial del Arte, Valencia. España. Recuperada de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8440/tesisUPV3312.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

### **Referencias de libros:**

Salinas, C. (2015). Prensa y Fútbol en el Perú. Lima: Fondo Editorial- USMP.


Tipe, V. & Castillo, H. (2000). Manual de periodismo. (1° ed). Lima: Decisión Gráfica sac.

Terrón, J.M. & Martínez L. (2005). Introducción a la comunicación periodística escrita en Murcia: Diego Marín

Web: fifa.com Sección: deportes	Fecha: 10 de julio del 2018		
Título: Umtiti mete a Francia en su tercera final. (Enunciativo) Tiempo del verbo (titular) Presente Antetítulo: No presenta Subtítulo: Un remate de cabeza de Samuel Umtiti contra Bélgica en San Petersburgo metió a Francia en la final de la Copa Mundial de la FIFA por tercera vez en los últimos veinte años.	Origen: <a href="https://es.fifa.com/worldcup/news/mr-france-v-belgium-452w2984339#belgium-v-france-semi-final-2018-fifa-world-cup-russia-29">https://es.fifa.com/worldcup/news/mr-france-v-belgium-452w2984339#belgium-v-france-semi-final-2018-fifa-world-cup-russia-29</a>	Autor: FIFA.com	
			
Codificador: Adrián Feijoo Fecha: 16 de mayo del 2019	Material a analizar: Noticia informativa Extensión 451 palabras Fuente: Open Sans Tamaño: 13.5		
Tipos de noticias	SUAVES	SUCESOS	NO
		ESPECTÁCULOS	NO
		DEPORTES	SÍ: Pase a la final de la selección francesa luego de derrotar a Bélgica.
	DURAS	ECONÓMICA	NO
		POLÍTICA	NO
	SENSACIONALISTAS	VIOLENCIA	NO
		DELITO	NO
OTRAS	NO		

TÉCNICAS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS	CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO	IDEA CENTRAL	Francia logra acceder a su tercera final en una Copa del Mundo en 20 años.	
		IDEA SECUNDARIA	a) Samuel Umtiti marcó el único tanto del encuentro tras una pelota parada. b) Mañana se define el rival de Francia en la final del ganador entre Croacia e Inglaterra.	
	CITAS TEXTUALES	NO		
	VALORACIÓN	VALORA	SÍ: El pase a la final obtenido por Francia tras vencer a Bélgica.	
		NO VALORA	SÍ	
	RECURSOS ESTILÍSTICOS	NORMAL	SÍ: “Contar con un amplio abanico de grandes jugadores no garantiza nada. Francia y Bélgica lo tienen, pero fueron los franceses quienes supieron aprovecharlos al máximo a nivel colectivo. Cuando el arquero tiene un buen día, la defensa está organizada y el resto de jugadores están concentrados, la diferencia la marcan los pequeños detalles. Y Samuel Umtiti marcó hoy esa diferencia.	
		METÁFORA	NO	
		IRONÍA	NO	
		SÁTIRA	NO	
		COMPARACIÓN	NO	
ANÉCDOTA		NO		
OTROS	NO			



FUENTES	ORALES	NO		
	VISUALES	NO		
	DOCUMENTALES	SÍ: Adrien Gingold (@FIFAWorldCupFRA) y Simon Massart (@FIFAWorldCupBEL)		
	TÉCNICAS	NO		
ÉTICA	FUENTES CONTRASTADAS	CONTRASTA	SÍ: Informa los hechos tal cual ocurrieron mencionando protagonistas y dando datos.	
		NO CONTRASTA	NO	
	INFORMACIÓN CONTEXTUALIZADA	CONTEXTUALIZA	SÍ: Da el lugar de los hechos y como acontecieron brevemente.	
		NO CONTEXTUALIZA	NO	
	PROFUNDIDAD	PROFUNDIZA	NO	
		NO PROFUNDIZA	SÍ: Ya que es una nota informativa no se explica ni describe los hechos.	
MULTIMEDIA	FOTOS	FOTÓGRAFO	Fotógrafo FIFA	
		PERSONAJE	<u>Samuel Umtiti, Antoine Griezmann y Raphael Varane.</u>	
		UBICACIÓN	San Petersburgo	
		PORCENTAJE	800 x 650	
		LEYENDA	No hay descripción	
		PLANOS DE LA FOTOGRAFÍA	GRAN PLANO GENERAL	
			PLANO CONJUNTO	SÍ 
			PLANO GENERAL	NO
PLANO AMERICANO	NO			

			PLANO MEDIO	NO
			PRIMER PLANO	NO
			PLANO DETALLE	NO
	AUDIOS	NO		
	VIDEOS	SÍ		
	INFOGRAFÍAS	NO		
	ANIMACIONES	NO		
	ESPECIALES MULTIMEDIA	SÍ, fotogalería.		
	DOCUMENTOS ADJUNTOS	NO		
HIPERTEXTUALIDAD	HIPERVÍNCULOS	SÍ:		
	TAGS	SÍ: Francia, Uruguay		



Web: fifa.com  
Sección: deportes

Fecha: 6 de julio del 2018

Título: La eficacia de los Bleus termina con el sueño de Uruguay. (Enunciativo)  
Tiempo del verbo (titular) Presente  
Antetítulo: No presenta  
Subtítulo: Uruguay, que hasta hoy solo había encajado un tanto en Rusia, recibió 2 en 61 minutos

Origen: <https://es.fifa.com/worldcup/news/la-eficacia-de-los-bleus-termina-con-elsueno-de-uruguay#uruguay-v-france-antoine-griezmann-of-france-scores>

Autor: FIFA.com




Codificador: Adrián Feijoo  
Fecha: 16 de mayo del 2019

Material a analizar: Noticia informativa  
Extensión 523 palabras  
Fuente: Open Sans  
Tamaño: 13.5

<b>Tipos de noticias</b>	<b>SUAVES</b>	SUCESOS	NO
		ESPECTÁCULOS	NO
		DEPORTES	SÍ: Pase a semifinales de Francia tras vencer a Uruguay.
	<b>DURAS</b>	ECONÓMICA	NO
		POLÍTICA	NO
	<b>SENSACIONALISTAS</b>	VIOLENCIA	NO
		DELITO	NO
<b>OTRAS</b>	NO		

TÉCNICAS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS	CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO	IDEA CENTRAL	Francia clasificó a las semifinales del Mundial Rusia 2018 luego de vencer a la selección uruguaya.	
		IDEA SECUNDARIA	a) Raphael Varane y Antoine Griezmann se encargaron de colocar a Francia en la siguiente instancia. b) Uruguay se despidió del certamen con tan solo 4 goles en contra.	
	CITAS TEXTUALES	NO		
	VALORACIÓN	VALORA	SÍ: El pase a la semifinal obtenido por Francia tras vencer a Uruguay.	
		NO VALORA	SÍ	
	RECURSOS ESTILÍSTICOS	NORMAL	SÍ: “Doce años después Francia volvió a alcanzar las semifinales de la Copa Mundial de la FIFA y lo hizo tras vencer a una combativa Uruguay que acusó en exceso la baja del lesionado Edinson Cavani”.	
		METÁFORA	NO	
		IRONÍA	NO	
		SÁTIRA	NO	
		COMPARACIÓN	NO	
		ANÉCDOTA	NO	
	OTROS	NO		
	ORALES	NO		

FUENTES	VISUALES	NO	
	DOCUMENTALES	SÍ: Tweets de Antoine Griezmann (@AntoGriezmann), Adrien Gingold (@FIFAWorldCupFRA) y Florencia Simoes (@@FIFAWorldCupURU)	
	TÉCNICAS	NO	
ÉTICA	FUENTES CONTRASTADAS	CONTRASTA	SÍ: Informa los hechos tal cual ocurrieron mencionando protagonistas y dando datos.
		NO CONTRASTA	NO
	INFORMACIÓN CONTEXTUALIZADA	CONTEXTUALIZA	SÍ: Da el lugar de los hechos y como acontecieron brevemente.
		NO CONTEXTUALIZA	NO
	PROFUNDIDAD	PROFUNDIZA	NO
		NO PROFUNDIZA	SÍ: Ya que es una nota informativa no se explaya ni describe los hechos.
FOTOS	FOTÓGRAFO	Fotógrafo FIFA	
	PERSONAJE	<u>Selección francesa</u>	
	UBICACIÓN	Nizhni Nóvgorod	
	PORCENTAJE	850 x 600	
	LEYENDA	No hay descripción	
		GRAN PLANO	
	GENERAL		

MULTIMEDIA		PLANOS DE LA FOTOGRAFÍA	PLANO GENERAL	SÍ	
			PLANO CONJUNTO	NO	
			PLANO AMERICANO	NO	
			PLANO MEDIO	NO	
			PRIMER PLANO	NO	
			PLANO DETALLE	NO	
	AUDIOS	NO			
	VIDEOS	SÍ			
	INFOGRAFÍAS	NO			
	ANIMACIONES	NO			
	ESPECIALES MULTIMEDIA	Sí, fotogalería.			
	DOCUMENTOS ADJUNTOS	NO			
HIPERTEXTUALIDAD	HIPERVÍNCULOS	NO			
	TAGS	Sí: Francia, Uruguay			



Tipos de noticias	SUAVES	SUCESOS	NO
		ESPECTÁCULOS	NO
		DEPORTES	SÍ: Pase a cuartos de final del Mundial Rusia 2018 por parte de la selección francesa.
	DURAS	ECONÓMICA	NO
		POLÍTICA	NO

	SENSACIONALISTAS	VIOLENCIA	NO	
		DELITO	NO	
	OTRAS	NO		
TÉCNICAS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS	CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO	IDEA CENTRAL	Francia clasifica a los cuartos de final de Rusia 2018.	
		IDEA SECUNDARIA	a) Kylian Mbappe fue considerado el mejor jugador del partido gracias a su notable actuación ante el cuadro sudamericano. b) Francia espera en cuartos de final al ganador de la llave entre Uruguay y Portugal	
	CITAS TEXTUALES	NO		
	VALORACIÓN	VALORA	SÍ: El campeonato obtenido por Francia gracias a sus influyentes individualidades y por sobre todo, el buen trabajo en equipo.	
		NO VALORA	SÍ	
		NORMAL	SÍ: “En el primer choque de los octavos de final de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018, Francia derrotó a Argentina en un duelo espectacular y ya está, al igual que en la última edición, entre las ocho mejores selecciones del planeta”.	
METÁFORA			NO	



	RECURSOS ESTILÍSTICOS	IRONÍA	NO
		SÁTIRA	NO
		COMPARACIÓN	NO
		ANÉCDOTA	NO
		OTROS	NO
FUENTES	ORALES	NO	
	VISUALES	NO	
	DOCUMENTALES	SÍ: Tweets de Adrien Gingold (@FIFAWorldCupFRA) y Diego Zandrini (@FIFAWorldCupARG)	
	TÉCNICAS	NO	
ÉTICA	FUENTES CONTRASTADAS	CONTRASTA	SÍ: Informa los hechos tal cual ocurrieron mencionando protagonistas y dando datos.
		NO CONTRASTA	NO
	INFORMACIÓN CONTEXTUALIZADA	CONTEXTUALIZA	SÍ: Da el lugar de los hechos y como acontecieron brevemente.
		NO CONTEXTUALIZA	NO
	PROFUNDIDAD	PROFUNDIZA	NO
		NO PROFUNDIZA	SÍ: Ya que es una nota informativa no se explaya ni describe los hechos.
		FOTÓGRAFO	Fotógrafo FIFA
		PERSONAJE	Antoine Griezmann y Olivier Giroud
		UBICACIÓN	Moscú
		PORCENTAJE	680 x 440
		LEYENDA	No hay descripción

MULTIMEDIA	FOTOS	PLANOS DE LA FOTOGRAFÍA	GRAN PLANO GENERAL	
			PLANO GENERAL	NO
			PLANO CONJUNTO	SÍ
				
			PLANO AMERICANO	NO
			PLANO MEDIO	NO
			PRIMER PLANO	NO
			PLANO DETALLE	NO
	AUDIOS	NO		
	VIDEOS	SÍ		
	INFOGRAFÍAS	NO		
	ANIMACIONES	NO		
	ESPECIALES MULTIMEDIA	Sí, fotogalería.		
	DOCUMENTOS ADJUNTOS	NO		
HIPERTEXTUALIDAD	HIPERVÍNCULOS	SÍ: <a href="https://de.fifa.com/worldcup/matches/match/300331537/#match-liveblog">https://de.fifa.com/worldcup/matches/match/300331537/#match-liveblog</a>		
	TAGS	SÍ: Francia, Argentina		