

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación



**LABOR Y VALORACIONES DE LOS
PERIODISTAS DEPORTIVOS DE
MOVISTAR, AMÉRICA TV Y EL COMERCIO
DURANTE LA COBERTURA DEL MUNDIAL
RUSIA 2018**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Felix Yllanes Izquierdo

Código: 20151486

Asesor

Carlos Armando Bejarano Cordero

Lima – Perú

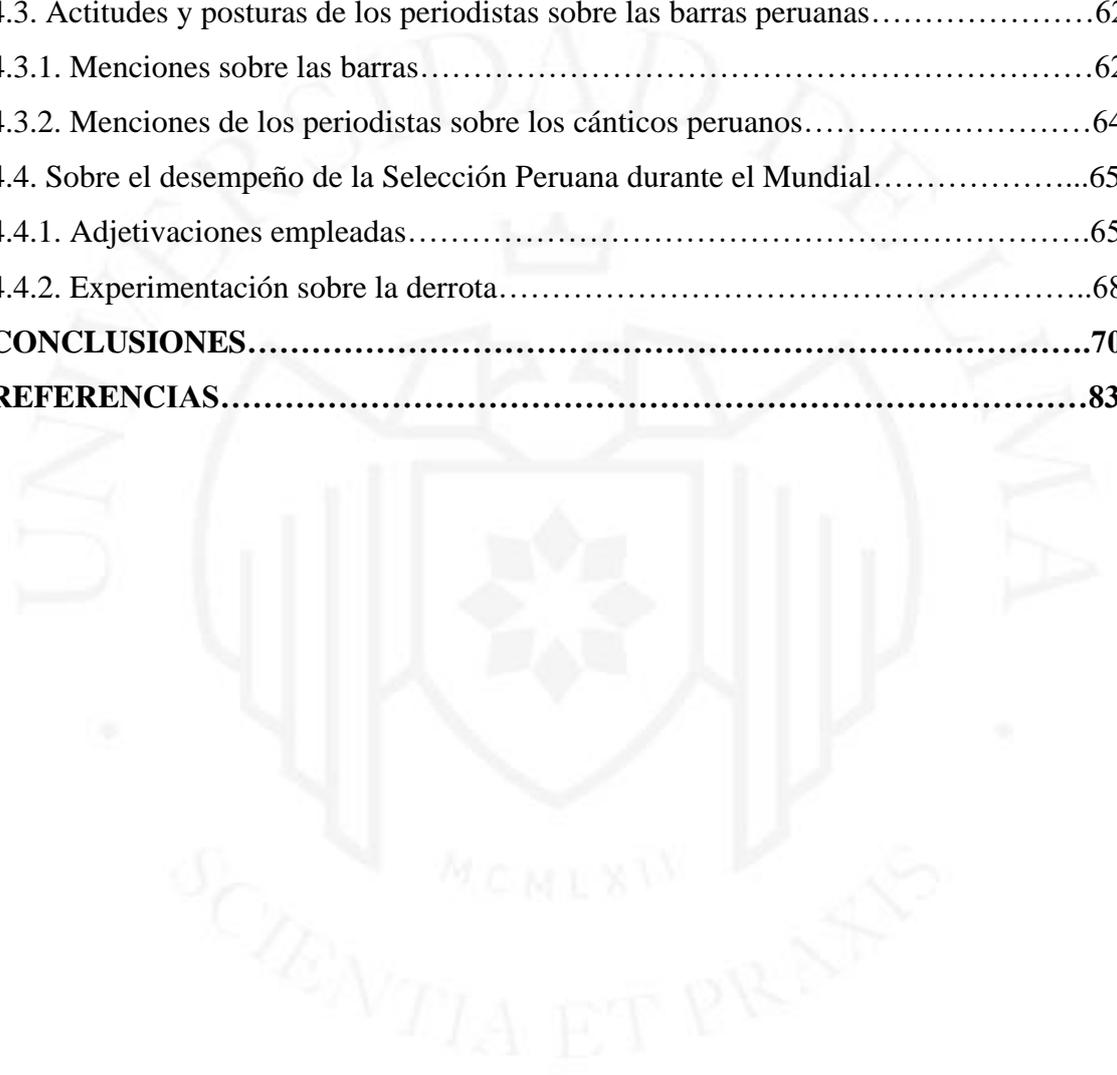
Junio 2022

**LABOR Y VALORACIONES DE LOS
PERIODISTAS DEPORTIVOS DE
MOVISTAR, AMÉRICA TV Y EL COMERCIO
DURANTE LA COBERTURA DEL MUNDIAL
RUSIA 2018**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1. Descripción de la situación.....	5
1.2. Justificación.....	11
1.3. Pregunta de investigación y objetivos.....	12
1.4. Estado del arte.....	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL.....	30
2.1. Aprendizaje y subjetividad adoptada en masas: fútbol deporte de mayorías.....	30
2.1.1. Aprendizaje social.....	30
2.1.2. “Vida social, deporte y espectáculo desde una mirada constructivista”.....	32
2.1.3. Modelo Riley y Riley.....	33
2.1.4. Maslow: entorno y estados motivadores.....	34
2.2. Neutralidad en la noticia.....	36
2.2.1. Enfoque positivista.....	36
2.2.2. Teoría de Krugman.....	37
2.3. Sociología de la producción de mensajes.....	38
2.3.1. Condicionantes individuales.....	39
2.3.2. Rutinas laborales.....	39
2.3.3. Enfoque interdisciplinario.....	41
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	43
3.1. Tipo de investigación.....	43
3.2. Diseño de la investigación.....	44
3.3. Técnica de investigación.....	45
3.4. Unidad de análisis.....	46
3.5. Matriz de variables.....	48
3.6. Matriz de consistencia.....	51
3.7. Validez.....	52

CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	53
4.1. Perfil de los periodistas.....	53
4.1.1. Trayectoria laboral.....	53
4.1.2. Coberturas de importancia previas al Mundial.....	55
4.2. Rutinas laborales de los periodistas.....	59
4.2.1. Tipos de preparación y planificación.....	59
4.2.2. Metas y motivaciones futuras.....	61
4.3. Actitudes y posturas de los periodistas sobre las barras peruanas.....	62
4.3.1. Menciones sobre las barras.....	62
4.3.2. Menciones de los periodistas sobre los cánticos peruanos.....	64
4.4. Sobre el desempeño de la Selección Peruana durante el Mundial.....	65
4.4.1. Adjetivaciones empleadas.....	65
4.4.2. Experimentación sobre la derrota.....	68
CONCLUSIONES.....	70
REFERENCIAS.....	83



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1.1. Trayectoria y medios.....	55
Tabla 4.1.2. Coberturas previas de relevancia.....	58
Tabla 4.2.1. Rutinas de preparación.....	60
Tabla 4.3.1. Tipos y números de menciones sobre las barras peruanas.....	63
Tabla 4.3.1.1. Atributos principales de las barras según los periodistas.....	63
Tabla 4.3.2. Valoraciones sobre los cánticos representativos peruanos durante el Mundial según los periodistas.....	65
Tabla 4.4. Tipos número de menciones del accionar del equipo peruano según los periodistas.....	67
Tabla 4.4.1. Adjetivaciones positivas y negativas del accionar del equipo peruano según los periodistas.....	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Protocolo de consentimiento para entrevistas para especialistas.....	90
Anexo 2: Guía de entrevistas.....	92



RESUMEN

El Mundial de Rusia 2018 significó un logro a nivel nacional para todo el Perú. El fervor patriótico se incrementó en gran medida desde noviembre del 2017, momento en el que la Selección Peruana obtuvo su boleto a la máxima cita futbolística del mundo. Esto se prolongó durante todo el año 2018 hasta el mes de junio, donde terminó la participación peruana en el certamen.

El Mundial de Rusia 2018 no solo tuvo un significado especial para la afición. El evento se convirtió en un gran reto motivador para los periodistas deportivos de los diversos medios de comunicación que existen en el Perú. La oportunidad era única, pues la amplia ausencia peruana en mundiales hacía que el 2018 sea una primera ocasión para todos los periodistas de cubrir a Perú en una Copa del Mundo.

Ante tal situación, era necesaria una preparación previa de los periodistas para poder brindarle a sus respectivos medios de comunicación la mejor cobertura. Dentro de ello, implica la realización de valoraciones y análisis con sustento sobre los hechos deportivos y no deportivos ocurridos durante la cobertura.

El objetivo general del presente trabajo se centrará en los juicios de valor de los periodistas en torno al desempeño del equipo y al contexto del evento en general. Aquellas valoraciones girarán en torno al desempeño futbolístico del equipo peruano y al contexto del evento en general, donde se incluye el tema de las barras peruanas y el popular cántico “*Contigo Perú*”.

Por su parte, los objetivos específicos consisten en conocer los perfiles periodísticos de los entrevistados, donde se tomarán en cuenta sus coberturas previas de mayor importancia y sus recorridos en la profesión. Además, identificar qué rutinas laborales formaron parte de dichas coberturas y las que utilizaron para Rusia 2018. Por último, reconocer valoraciones con respecto al accionar del equipo peruano y a lo realizado por las barras peruanas asistentes. Ambos campos pueden ser analizados a partir del tema de imparcialidad periodística, pues es un tema recurrente entre las críticas hacia el periodismo deportivo local.

Por tal motivo y en búsqueda de hallar lo señalado, se optó por entrevistar a personajes conocidos del periodismo deportivo peruano que estuvieron presentes en el evento Rusia 2018. Esta metodología se aplicó a seis (6) periodistas en total de tres medios de comunicación peruanos prestigiosos: *El Comercio*, *Movistar Deportes* y *América TV*.

Palabras clave: Selección Peruana, Mundial Rusia 2018, cobertura periodística, imparcialidad, trayectoria periodística, rutinas laborales



ABSTRACT

The 2018 World Cup in Russia meant an achievement at the national level for all of Peru. The patriotic fervor has increased greatly since November 2017, when the Peruvian National Team obtained its ticket to the highest soccer event in the world. This lasted throughout the year 2018 until the month of June, where the Peruvian participation in the contest ended.

The 2018 World Cup in Russia not only had a special meaning for the fans. The event became a great motivating challenge for sports journalists from the various media outlets that exist in Peru. The opportunity was unique, since Peru's extensive absence in World Cups made 2018 a first opportunity for all journalists to cover Peru in a World Cup. Faced with such a situation, prior preparation of the journalists was necessary in order to provide their respective media outlets with the best coverage. Within this, it implies carrying out evaluations and analyzes with support on the sporting and non-sporting events that occurred during the coverage.

The general objective of this work will focus on the value judgments of journalists regarding the performance of the team and the context of the event in general. Those assessments will revolve around the soccer performance of the Peruvian team and the context of the event in general, which includes the theme of the Peruvian bars and the popular song "*Contigo Perú*".

For its part, the specific objectives consist of knowing the journalistic profiles of the interviewees, where their previous coverage of greater importance and their careers in the profession will be taken into account. In addition, identify what work routines were part of said coverage and those used for Russia 2018. Finally, recognize assessments regarding the actions of the Peruvian team and what was done by the attending Peruvian bars. Both fields can be analyzed based on the issue of journalistic impartiality, since it is a recurring theme among critics of local sports journalism.

For this reason and in search of finding what was indicated, it was decided to interview well-known personalities of Peruvian sports journalism who were present at the Russia 2018 event. This methodology was applied to six (6) journalists in total from three prestigious Peruvian media outlets.

Keywords: Peruvian national team, 2018 Russia World Cup, journalistic coverage, impartiality, journalistic career, work routines



INTRODUCCIÓN

El día 15 de noviembre del año 2017 se convirtió en uno muy memorable para todo el Perú. Aquel momento será recordado como uno que, luego de tantos años de fracasos, dio satisfacciones en el ámbito deportivo fruto de un elogiado trabajo de un comando técnico dirigido por Ricardo Gareca. Esa noche, Perú venció por dos a cero a Nueva Zelanda en Lima y consiguió así, después de 36 años, su boleto al Mundial Rusia 2018. Fueron momentos de alegría para los diversos actores que conforman la sociedad peruana. Hinchas, empresarios, jugadores y, por supuesto, periodistas deportivos disfrutaron de aquella clasificación.

Aquel disfrute de los periodistas debía iniciar al día siguiente, pues luego de la soñada clasificación en el Estadio Nacional varios debían acercarse a la conferencia de prensa y trabajarla de manera seria. Cabe recalcar que las postsalas deben elaborarse siempre de esa forma, a pesar de un resultado adverso que pueda producir desazón o decepción. Sin embargo, de igual manera, es oportuno precisar que esta ocasión era única para los periodistas de aquel entonces (los cuales se mantienen vigentes).

Como ya se mencionó, el Mundial 2018 no significó únicamente un reto para los futbolistas de la Selección Peruana. Aquella Copa del Mundo se convertía en también un desafío para los periodistas deportivos nacionales. En ese aspecto, debía haber una preparación integral de los periodistas para el enriquecimiento de la cobertura en Rusia.

Por tal motivo, estos debían apelar a un enfoque de interdisciplinariedad, término propuesto por Lozano (2007). El concepto de “interdisciplinariedad” refiere a un conocimiento de distintas clases de fenómenos (economía, política, actualidad, etc.) necesarios para la realización de un correcto análisis. (Lozano, 2007) Para ello, se requiere que el periodista plantee ciertas rutinas laborales enfocadas en la consecución del aprendizaje de otros campos.

Teniendo en cuenta la pasión que genera el deporte, surge imperativamente la necesidad de analizar la imparcialidad en el periodismo deportivo. Sin duda, la imparcialidad es un término bastante recurrente y polémico en el periodismo en general, cuando se producen las opiniones con respecto a algún tema. Por tal motivo, han existido

críticas sobre ciertos periodistas, pues se dice que toman partido por aquello que les causa emoción o conveniencia.

Según la RAE, el término “imparcialidad” es definido como “ausencia de inclinación a favor o en contra de una persona o cosa al obrar o al juzgar un asunto”. En otras palabras, uno de los problemas que busca indagarse es si existe o no imparcialidad de los periodistas de *Movistar*, *América TV* y *El Comercio* con respecto al desenvolvimiento del equipo peruano y las hinchadas en Rusia 2018.

Otro concepto que puede considerarse como sinónimo de “imparcialidad”, es, justamente, “neutralidad”. La misma RAE define a este último como “no participe de ninguna de las opciones de conflicto”. Por lo tanto, en este punto, es oportuno tener en cuenta la visión de Krugman (2020) sobre este término.

Esto se debe a que la misma neutralidad tan defendida por los libros éticos del periodismo ha sido criticada. Específicamente, Krugman (2020) elaboró una crítica sobre la neutralidad en el periodismo en su libro “*Contra los Zombis*”. El autor no se encuentra de acuerdo con que el periodismo global busque siempre ser neutral en sus noticias. Es decir, si el periodista cuenta con información y evidencia sólida sobre determinado tema, debe tomar partido por ello. Por lo tanto, no se le puede dar igual valor a la verdad y a la falsedad. (Krugman, 2020)

Tomando tanto a Lozano (2007) como a Krugman (2020), puede analizarse la cobertura periodística. Con respecto al primer autor, la neutralidad puede estudiarse a partir de los sentimientos que puedan suscitarse por temas representativos de cada país. (Lozano, 2007) En este caso, determinar cuánto influyeron las barras peruanas y los cánticos representativos peruanos en los periodistas seleccionados. De igual manera, determinar cuáles de ellos supieron mantener el profesionalismo por encima de cualquier emotividad.

El presente trabajo analizará las valoraciones y juicios críticos de los periodistas deportivos sobre el accionar del equipo peruano dentro de la cancha y el contexto mundialista en general.

El análisis realizado se centrará en las valoraciones y juicios críticos de los periodistas sobre el accionar del equipo peruano dentro de la cancha y el contexto mundialista en general.

Es decir, a partir de lo señalado por los entrevistados, se estudiarán las virtudes o defectos que tuvo la Selección Peruana como equipo en el desarrollo de sus partidos. Por ejemplo, la funcionalidad del sistema de juego propuesta por el entrenador, el buen o mal toque de los jugadores, la confianza como equipo, etc.

Según Lozano (2007), la experiencia de vida del periodista, al igual que la de cualquier ser humano, acepta y descarta ciertos comportamientos, ideologías, actitudes, etc., con el fin de arraigar un pensamiento. Para ello, se vale de los aprendizajes previos sobre el entorno en el que convive. (Lozano, 2007) Dentro de este conocimiento, hay aspectos que son relacionados con el fútbol peruano desde tiempos muy antiguos. Entre ellos: la picardía del jugador peruano, el buen toque, inventiva, calidad técnica marcada, etc., los cuales han sido adoptados por los peruanos como características de nuestros jugadores. En ese sentido, mediante los juicios críticos y valoraciones de los periodistas, se determinará si estas u otras características formaron parte del desempeño del equipo peruano.

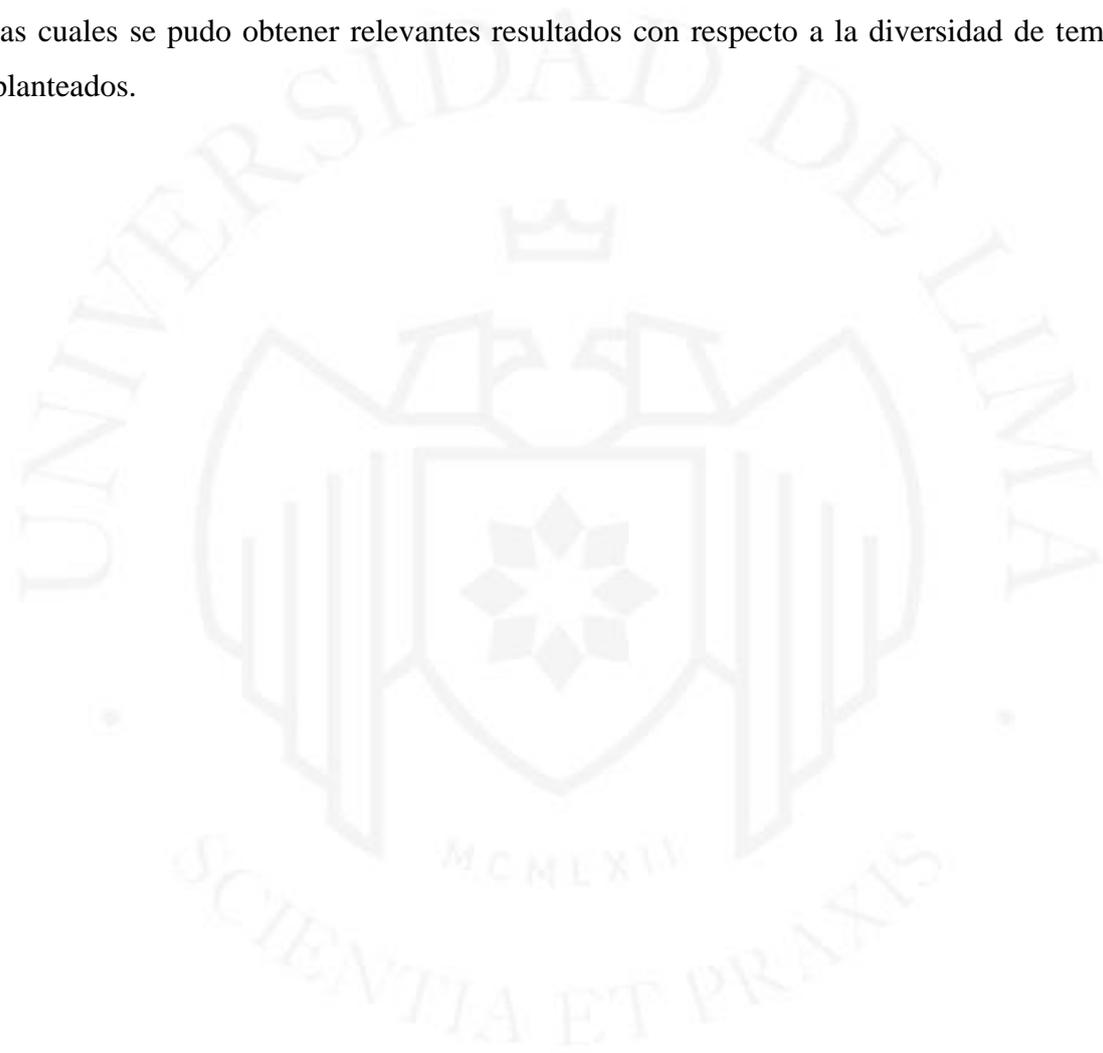
El análisis sobre lo último mencionado, se realizará en un inicio mediante la transcripción de fragmentos de las entrevistas que toquen con mayor énfasis los puntos del desempeño y el contexto. De tal manera, el lector sabrá exactamente lo que dijeron los periodistas sobre tal tema en específico. Acto seguido, se enumerarán las valoraciones y serán divididas entre positivas/negativas y otros aspectos en cuadros comparativos.

Por último, se tomó en cuenta la trayectoria periodística de cada uno de los entrevistados. El tiempo en años dedicados a la profesión sirve para obtener cierto conocimiento sobre la experiencia que tuvieron desde sus inicios. Incluso, determinar qué tan útiles fueron sus primeras experiencias en medios de comunicación de menor rango para convertirse en los profesionales que son actualmente.

En ese sentido, identificar qué coberturas realizaron en sus primeros años como periodistas y cuáles fueron las que más los marcaron. Es decir, las que les dejaron las mejores enseñanzas para el crecimiento personal en la profesión. De igual manera, esto se analizará mediante tablas que detallarán aspectos sobre sus experiencias previas al

Mundial 2018, años de trayectoria, etc. Todo ello podrá observarse con detenimiento en la sección “resultados”.

La metodología empleada para conocer todo aquello serán las entrevistas a profundidad. Los periodistas seleccionados para el análisis de la cobertura periodística durante el Mundial serán Erick Osoreo y Richard de la Piedra, por parte de *América TV*; Diego Rebagliati y Michael Succar, por parte de *Movistar* y Arturo León y Pedro Canelo, por parte de *El Comercio*. Las entrevistas tuvieron una duración entre 40-60 minutos, en las cuales se pudo obtener relevantes resultados con respecto a la diversidad de temas planteados.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación

Conocido en algunos países como el deporte rey, el fútbol ha sido capaz de involucrarse en el aspecto económico, político y social de la mayoría de naciones en el mundo. De todo ello habla Francisco Alcaide (2009) en su texto *“Fútbol, fenómeno de fenómenos”*. De manera interesante, al principio hace referencia a grandes líderes de la historia que hicieron del fútbol una manera de generar política, identidad y nacionalismo en sus respectivas naciones: Adolf Hitler en Alemania, Benito Mussolini en Italia y Francisco Franco en España. (Alcaide, 2009) Sin embargo, lo que compete para la presente sección de la tesis es obtener una visión del fútbol como un fenómeno social.

Díaz y Mantilla (2008) señalan que el fútbol juega un papel importante en la sociedad. Esto se debe a que, además de ser una fuente de distracción de lo cotidiano y recreación, reafirma el sentimiento de pertenencia e identificación con una comunidad en específico. Según lo propuesto por las autoras, este deporte se convierte en una especie de excusa utilizada por la sociedad para que esta se una y se congregate. (Díaz & Mantilla, 2008)

La tesis titulada *“El fútbol: espacio de interacción social y construcción de identidad local”* (2008) menciona, además de la unidad que esta disciplina genera, también se ha convertido en un método de apaciguamiento en las relaciones, contraposiciones, etc. Esto se debe a que la socialización en base al fútbol ha hecho que distintas clases de personas con distintas ideologías y costumbres se unan en función de una causa común. (Díaz & Mantilla, 2008) Aquello señalado por las autoras es reforzado por Herrero, Barredo y Oller (2013), quienes dicen que el deporte no se reduce a temas espectaculares. Es capaz, además, de vincular distintas tendencias sociológicas.

Flores (s.f.), advierte que el fútbol es utilizado como método de ocio para la afición. En base al tiempo que uno invierte en este deporte, existen más oportunidades de socialización e integración con respecto a un equipo de fútbol. Es decir, identificarse con determinados colores (clubes o selecciones) y convertirse en un seguidor más. De esta manera, se forma una comunidad o colectividad entre los varios aficionados o seguidores

de determinado bando. Según el autor, cuando varios sujetos se adhieren fuertemente a estos colectivos, pueden generar presión a los directivos del club del que son hinchas para ocasionar el despido de un entrenador o dirigente. (Flores, s.f.) Flores (s.f.) advierte que este fenómeno social ha repercutido en otros ámbitos, pues se ha convertido el fútbol en un instrumento de poder y un negocio.

Dentro de estos aspectos, Díaz y Mantilla (2008) recalcan la importancia de los periodistas deportivos, quienes son, de igual manera, agentes sociales que participan de esta pasión ligada al fútbol, la cual también es mencionada por Alcaide. (2009) Las autoras afirman que estos colaboran en la proporción de datos, generan ritualidad comunicativa e identidad y muestran evidencia de la interacción social que surge en base al fútbol. (Díaz & Mantilla, 2008)

El periodismo deportivo mediante su labor propia y el discurso que brinda se convierte en un constructor de la realidad social, siendo ese uno de sus principales aportes. Tal y como lo dice Bilbeny (2012), la prensa es capaz de dar libertad o manipular a la sociedad; unirla o dividirla y estimular progresos y reacciones. Esto forma parte de las coberturas periodísticas, las cuales, según Díaz y Mantilla (2008) tienen una doble significación. Por un lado, los logros o fracasos de la selección nacional son puestos como un tema de preocupación pública. Por otro lado, la selección de referentes simbólicos (jugadores destacados) para un país, estableciendo así una relación entre el heroísmo y el deporte. (Díaz & Mantilla, 2008)

Las coberturas periodísticas, en este caso deportivas, están conformadas por una organización, pero también por los mensajes emitidos a la sociedad. Según mencionan Herrero, Barredo y Oller (2013), el periodismo deportivo suele formular mitos a través de un relato épico de los acontecimientos sucedidos. Además, otorga a los personajes deportivos más destacados los roles de dioses o héroes. Inmediatamente, aquellas características servirán para describir al común denominador de los miembros de un país. (Herrero et al., 2013)

Al ser considerado el fútbol como una pasión, este puede llegar a ser relacionado incluso con el tema religioso. Este último es abrazado y envuelto por la sociedad de masas. Por lo cual, puede establecerse alguna similitud de este deporte con la religión. (Flores, s.f.) Incluso, esta relación se ha prestado para temas polémicos en España. En

portadas de diarios deportivos se realizaron ilustraciones sobre acciones adheridas al fútbol tipificándolas en actividades religiosas. Entre ellas, comparando el alzamiento de un trofeo deportivo con el ofrecimiento del cáliz. (Herrero et al., 2013)

A modo de iniciar la interiorización de este fenómeno social a través del periodismo deportivo en general, es oportuno traer a colación los conceptos de neutralidad e imparcialidad previamente mencionados en la investigación.

En el estudio sobre la Selección Española campeona en la Eurocopa 2008, Mundial Sudáfrica 2010 y Eurocopa 2012, Herrero, Barredo y Oller (2013) mencionan que durante las coberturas periodísticas se toman posturas guiadas por el fanatismo y el entusiasmo por los objetivos logrados. Es decir, los periodistas embargados por la emotividad abandonan los principios de neutralidad y objetividad defendidos por el periodismo. (Herrero et al., 2013) Por lo cual, finalmente, tienden a ensalzar a los jugadores o al equipo del cual poseen un sentido de pertenencia.

Los autores afirman que los jugadores españoles campeones en las campañas del 2008, 2010 y 2012 obtuvieron mayor prestigio tras los mensajes simbólicos que los medios de comunicación de España utilizaron para describir a estos deportistas.

Es importante mencionar que el estudio del caso del periodismo con respecto a la Selección de España es relevante para la presente investigación, pues aquellos años significaron los logros más importantes de dicho equipo. Al igual que la Selección del Perú, pasaron varios años para que España consiguiera méritos significativos. Su último título previo al de la Eurocopa 2008 se dio 44 años antes en el mismo torneo en la edición de 1964. (Herrero et al., 2013)

Delimitando el tema del fútbol como fenómeno sociológico y la participación periodística en este a una esfera regional (América Latina – Sudamérica), resulta oportuno analizar lo sucedido en Ecuador en el año 2002.

El país norteño clasificó por primera vez a la edición mundialista de Corea-Japón 2002, lo cual significó un cambio drástico en el periodismo deportivo ecuatoriano.

Según Paredes y Sierra (2011), este evento provocó una mayor profesionalización en el periodismo deportivo ecuatoriano en lo que respecta a las coberturas de información.

A partir de aquella clasificación ecuatoriana, podría decirse que se dio una revolución en los medios de comunicación de ese país. Con miras a la cobertura del Mundial Corea-Japón 2002, los medios incorporaron salas de cómputo especializadas, diseños digitales con mayor elaboración, envío de corresponsales y contacto con los personajes del deporte no solo mediante una conferencia de prensa, sino vía telefónica o *Skype*. Es importante mencionar que, en Ecuador, hasta antes de ese Mundial, algunos medios seguían haciendo uso de las máquinas de escribir. Por lo tanto, este paso a una nueva tecnología, implicaba no solo poseer una buena redacción, también era necesario que los periodistas puedan crear productos audiovisuales y edición de los mismos en las nuevas plataformas. (Paredes & Sierra, 2011)

Por otro lado, los autores sostienen que la cobertura debe ser completa y abarcar no solo el aspecto futbolístico. Es decir, la investigación y labor de un periodista deportivo debe ir más allá de una opinión acerca de un rendimiento deportivo. Por ejemplo, las entrevistas de calidad a los futbolistas en la actualidad no se restringen a los análisis de los partidos; por el contrario, se toca más el tema humano del entrevistado a profundidad. (Paredes & Sierra, 2011)

Paredes y Sierra (2011) aluden a lo señalado por Sebastián Machado, quien desmiente la creencia popular de que la persona que sabe de fútbol puede trabajar en una radio u otro medio de comunicación valiéndose únicamente de aquel conocimiento. Machado señala que, en la actualidad, el periodista deportivo no puede ser improvisado y su labor debe estar sustentada en una investigación global de lo que acontece en el mundo. (Paredes & Sierra, 2011) Es decir, se requieren conocimientos de la actualidad de ciudades, historia de las mismas, hojas de vida de los deportistas, etc.

Según lo señalado por Paredes y Sierra (2011), los eventos internacionales, el crecimiento deportivo y del periodismo van de la mano, pues el primero genera un punto base para el progreso y profesionalización del segundo.

De igual manera, afirman que el asistir a cubrir un Mundial acerca a los nuevos periodistas a enriquecerse del trabajo de colegas extranjeros, quienes poseen mayor experiencia al asistir constantemente a los mundiales. De esta manera, podrán hacer coberturas desde otros enfoques a los que no están acostumbrados al hacer transmisiones nacionales. (Paredes & Sierra, 2011)

Si bien la clasificación del año 2018 no fue la primera en la historia de la Selección Peruana, guarda una relación con lo sucedido con la Selección ecuatoriana tras clasificar a su primer Mundial. Luego de casi cuatro décadas, surgió para los periodistas la oportunidad de hacer una cobertura de suma importancia para los medios de comunicación y la sociedad peruana en general (determinada por la magnitud del evento) poniendo en práctica sus preparaciones y conocimientos globales.

Después de hacer mención sobre el ejemplo más llamativo perteneciente a la región Sudamérica, es pertinente comenzar a describir diversos aspectos del periodismo deportivo en el Perú. Para lo cual, el libro *“Cómo hacer periodismo deportivo: Una visión Iberoamericana”* de Rojas (2020) es considerado una fuente de valor. Este libro contiene textos de diversos autores que abordan la problemática en el Perú. Dentro de ellos, el de más utilidad es el de Jaime Pulgar Vidal, cuya sección es llamada *“Las ciencias sociales y el periodismo... deportivo”*.

Pulgar Vidal (2020) hace énfasis en los últimos meses del año 2017, precisamente en la época por la que la Selección del Perú logró su clasificación al Mundial Rusia 2018. Durante estos meses y en adelante, el periodismo peruano en general incluyó el tema deportivo en sus programas o páginas. Como señala el autor, la gran novedad que generó la clasificación después de tantos años (36) acaparó la mirada de los informantes de política y demás. De hecho, varios periodistas de esta rama dedicaron tiempo a tratar de explicar la razón por la cual la Selección Peruana obtuvo su pase a la Copa del Mundo. Luego de sus análisis concluyeron que el factor principal fue la remoción de Manuel Burga como presidente de la Federación para que Edwin Oviedo tomara su lugar. (Pulgar Vidal, 2020)

El tema de la clasificación se convirtió en el favorito de los medios de comunicación en el Perú para el cual realizar coberturas. (Pulgar Vidal, 2020)

Sin embargo, existían otros acontecimientos relacionados a la Selección Peruana, pero no tan estrechamente ligado a la parte deportiva en sí. Según Pulgar Vidal (2020), el periodismo deportivo estuvo inmerso en el estudio de una discusión de una nueva *“Ley del Deporte”* en el país, la cual pudo haber culminado en que la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) dictamine que la Selección Peruana pierda su cupo en el Mundial. Además, por aquellos tiempos se discutía acerca de la continuidad de Edwin

Oviedo como presidente de la Federación Peruana de Fútbol (FPF) y sobre denuncias de un supuesto soborno del equipo de la Universidad César Vallejo en la segunda división. A pesar de ello, estos casos se cubrieron de manera efímera y en menor medida en comparación a la clasificación peruana. (Pulgar Vidal, 2020) He ahí la carga que tuvo la prensa deportiva doméstica a fines del 2017.

Volviendo al tema de la clasificación, el periodismo deportivo local concedió la distinción de héroes populares a Ricardo Gareca y a los jugadores. O como diría Mario Vargas Llosa, según Pulgar Vidal (2020), estos personajes fueron “mitificados”. Para ello, emplean un lenguaje especial basado en una ficción literaria.

Como ya se mencionó previamente, la clasificación peruana al Mundial representó un reto para los periodistas. A pesar de que puede considerarse que se produjeron buenas coberturas sobre el evento, siguen estando latentes algunos problemas en el periodismo deportivo en el Perú. Pulgar Vidal (2020) hace referencia al modelo “practicoprofesional” acuñado por Munive. Sobre el periodismo, este término señala la necesidad de esta profesión por estudiar las ciencias sociales. De tal manera, el periodista contará con conocimientos humanísticos que lo ayudarán a entender a la sociedad en la que lleva a cabo sus labores. La posesión de estas cuestiones hará que la información transmitida pueda debatirse desde diversas aristas, lo cual aportaría mayor riqueza. Para conseguir ello, es necesario que el periodista o reportero afine su intuición, ya que esta permitirá, como punto de partida, mostrar qué causas originaron tal acontecimiento. (Pulgar Vidal, 2020)

Según Pulgar Vidal (2020), en el Perú los medios de comunicación no brindan un buen enfoque noticioso al público. Por lo tanto, los consumidores de noticias deportivas no son capaces de debatir qué sería óptimo para mejorar el deporte en el Perú. En este caso, el fútbol peruano atraviesa desde hace varias décadas por una crisis global, puesto que ningún club compite a nivel internacional y solo obtienen resultados adversos. Sobre esto mismo, varios medios no buscan ni llegan a comprender qué es lo que origina esta situación. (Pulgar Vidal, 2020)

Pulgar Vidal (2020) hace una crítica a la venta de héroes excesiva por parte de algunos periodistas al referirse a jugadores o entrenadores. Sugiere que esta construcción es errada en parte, pues el público lo consume tal cual y eso restringe la

posibilidad a un mayor análisis o debate. En cambio, si los periodistas señalaran balanceadamente las acciones positivas y negativas de un equipo de interés para un país, aportarían una cantidad mayor de argumentos útiles para reflexionar y debatir.

Con respecto a Pulgar Vidal (2020), se infiere una relación que establece entre el periodismo deportivo y la buena educación, la cual es parte del problema. El autor alega, en este caso específico, que un periodista no puede ni debe insultar a otra persona con quien se está debatiendo un tema deportivo. Sin duda, y como señala Pulgar Vidal (2020), esto es algo que ocurre en programas peruanos donde se habla de fútbol.

Siguiendo esa línea, Sosaya (2017) argumenta que el periodismo deportivo peruano está venido a menos. Esto a consecuencia de la carencia de organizaciones o instituciones en el Perú que se preocupen realmente por capacitar y profesionalizar a quienes deseen inclinarse por la parte deportiva del periodismo. Sin embargo, poco a poco van apareciendo institutos que han comenzado a incorporar al periodismo deportivo como carrera. (Sosaya, 2017)

1.2. Justificación

La realización de la presente investigación brindará un aporte académico. Esto se debe a que llenará un vacío en la actualidad, pues por el momento no existen grandes variedades de artículos disponibles acerca de la participación de los periodistas en la cobertura del Mundial de Rusia 2018. A la fecha existen pocas, debido al paso ya de algunos años, pero no son mayoría ni abundantes. Sin embargo, el presente trabajo tomará diversos caminos como los mencionados, ya que estudiará variedades como perfiles, valoraciones y rutinas de trabajo.

Esta investigación busca principalmente recuperar información fidedigna sobre cómo una labor periodística puede verse afectada por diversos factores como, por ejemplo, el contexto. La investigación se justifica en el hecho de mostrar al público una imagen del periodista que reiteradas veces es olvidada.

Es conocido que todo libro de ética periodística sea en deportes o cualquier rubro, priorizará siempre el hecho de informar con veracidad y objetividad. Dichas características siempre serán muy valoradas e importantes, pero es óptimo recordar lo que

es el periodista en sí mismo y que nunca dejará de serlo: persona. Es un ser humano como cualquier otro y experimenta sentimientos al igual que un aficionado por su selección. En ese sentido, el presente trabajo intentará excavar profundamente en el ser de los periodistas deportivos que asistieron al Mundial. La finalidad es adentrarse en terrenos poco estudiados en la actualidad sobre el periodismo deportivo.

Además, la investigación busca que no se pierda de vista lo que implica una cobertura periodística. El periodismo deportivo no se basa solamente en la buena capacidad de expresión hacia un público ni en el lenguaje empleado. El estudio mostrará que existen diversos factores a tomarse en cuenta que el periodista debe desarrollar por su cuenta a modo de preparación y anticipación ante un evento determinado.

1.3. Preguntas de investigación y objetivos:

Se formularon las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles fueron las rutinas laborales empleadas por los periodistas durante la cobertura del Mundial Rusia 2018?
- ¿Qué sentimientos experimentaron los periodistas durante la cobertura realizada en el Mundial Rusia 2018?
- ¿Qué características positivas o negativas describen el accionar del equipo peruano en el Mundial Rusia 2018?
- ¿Qué preparación previa tuvieron los periodistas para realizar la cobertura?
- ¿Cuál fue la trayectoria laboral de cada periodista?

Objetivo general: Reconocer las valoraciones experimentadas durante el contexto mundialista en los periodistas de *Movistar Deportes*, *América TV* y *El Comercio* que asistieron al evento Rusia 2018.

Objetivos específicos:

- Identificar los perfiles de los periodistas analizados de *Movistar*, *América TV* y *El Comercio*.
- Identificar las rutinas laborales de los periodistas analizados de *Movistar*, *América TV* y *El Comercio*.

- Determinar la influencia de las barras peruanas en la labor de los periodistas que asistieron al Mundial Rusia 2018.
- Reconocer las valoraciones deportivas de los periodistas de *Movistar*, *América TV* y *El Comercio* con respecto al accionar del equipo peruano.

1.4. Estado del arte

1.4.1. Glosario

- **Periodismo deportivo:**

El eje central de la presente investigación es el periodismo deportivo. Todo lo anteriormente mencionado gira en torno a este concepto.

Molina (2009) describe al periodismo deportivo como el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Con respecto al mismo, sostiene que este es el responsable de acercar tanto a los medios como al deporte a las audiencias; generando así un “espectáculo económico, social y cultural en evolución constante”. (Molina, 2009)

Por su parte, Parra y Cadena (2021) adoptan una definición más general y a la vez más simple del periodismo deportivo. Los autores lo definen como la rama de la comunicación social dedicada exclusivamente a la transmisión de noticias e información deportiva. Los autores señalan que este tipo de periodismo posee un estilo propio que lo identifica, el cual consta de múltiples particularidades, las cuales generan diversidad de connotaciones. (Parra & Cadena, 2021)

Sobre el efecto económico que genera el periodismo deportivo, Pérez (2009) señala que este puede convertirse en uno de los soportes principales de cualquier medio de comunicación. (Pérez, 2009) Con ello hace referencia al gran consumo que tiene el deporte y la pasión que este genera en las audiencias.

Entre otras cosas, es considerado un tipo de periodismo muy diversificado. Esto refiere a que puede consumirse tanto en páginas web, redes sociales, diarios deportivos, radio, televisión, etc. (Molina, 2009)

Con respecto al periodismo deportivo en los periódicos, Domínguez (2009) señala que este llegó a modo de “refresco” de las páginas que contenían principalmente temas

políticos y económicos. El autor sostiene que, antiguamente, el deporte era retratado en los medios en pequeñas proporciones coloridas.

En la actualidad, la prensa deportiva ha ganado terreno y en los diarios se reproduce periódicamente con grandes secciones, las cuales se han hecho muy populares e imprescindibles. (Domínguez, 2009) A modo de complemento, Araujo (2019) menciona que el periodismo deportivo es considerado como uno de los que posee una mayor cantidad de secciones en los medios de comunicación, solamente superado por “Economía”.

Domínguez (2009) alega que, probablemente, el periodismo deportivo puede ser considerado como el primero de entretenimiento, ya que trata acerca de competencias, juegos, grandes logros deportivos, etc. Es decir, desarrolla temas que son considerados entretenidos para el público. Aquel entretenimiento, Domínguez (2009) lo entiende bajo la parte lúdica que contiene el deporte y hace mención a lo señalado por Antonio Alcoba: “el juego crea el ambiente propicio para ofrecer una actividad que, al desarrollarse de forma voluntaria, permite evadirse de los problemas cotidianos”.

A modo de complemento, Domínguez (2009) describe al periodismo deportivo como un periodismo de espectáculos. Esto debido a que no toma únicamente temas deportivos en sus notas o coberturas. Señala que el periodismo deportivo incursiona más de lo que parece en la vida personal de atletas o de personas ligadas a las disciplinas. Entre sus características principales se pueden mencionar la recurrencia al dramatismo y a la exaltación sobre lo inusual. Dentro de esta actividad existe un versus entre la pasión y la razón. (Domínguez, 2009)

- **Periodista deportivo:**

Para definir al periodista deportivo, Araujo (2019) se valió de lo señalado por diversos autores. El autor propone la definición de Corredera: “Es aquel periodista que ejerce la rama del periodismo deportivo y que tiene la responsabilidad de informar con veracidad los diversos aspectos relacionados al deporte”. (Araujo, 2019)

De igual manera, Araujo (2019) toma a Camacho: “Un periodista deportivo es aquel que recibió una formación universitaria y está preparado para informar con la verdad sobre los asuntos de la agenda deportiva, los cuales son de interés público”.

Por último, Araujo (2019) expone la definición de Hernández: “Es aquel periodista que debe tener interés por todo, ya que debe tener en cuenta que hasta el mínimo detalle puede ser de suma importancia”.

Según lo mencionado por Zepeda (s.f.), el periodista deportivo debe saber cómo gestionar su imagen personal junto a su forma de ejercer el periodismo. Esto en búsqueda de una maximización de los recursos que pueda obtener al llevar a cabo de manera correcta su profesión. Ello implica que no debe decir “lo que la gente quiere oír”, a pesar de que surja la necesidad de vender. (Zepeda, s.f.)

La eficiencia de este tipo de periodista está ligada a la aprobación de la opinión pública. Ante la audiencia, este muestra sus propios valores, aptitudes y bondades mediante los medios de comunicación. Todo ello debe ir acompañado con la veracidad de los acontecimientos para que su imagen pueda sostenerse. Lo cual implica no dejarse apasionar por cierto deportista o equipo al momento de dar a conocer su opinión. (Zepeda, s.f.)

- **Medio de comunicación:**

Sánchez (2005) afirma que los medios de comunicación son pensados como instituciones sociales y actores sociopolíticos que operan en el flujo sociohistórico a partir de acciones individuales y grupales, las cuales se articulan con lo relacionado a economía, cultura y política. (Sánchez, 2005)

Por su parte, Freidenberg (2004) lo define como una industria o empresa, un poder importante que afecta el espacio individual, familiar y social. Además, es un mediador político que canaliza y crea opinión pública.

Los medios de comunicación cumplen funciones fundamentales en la cotidianidad de los individuos. Estos sirven para informar lo que sucede, conocer lo que hacen los gobernantes en la esfera política, permitir comparar fuentes con respecto a un tema, etc. (Freidenberg, 2004)

El medio de comunicación es un constructor de la realidad. El periodista que forma parte de este medio solamente le otorga significados a los hechos ocurridos. (Cerna, 2019)

- **Cobertura periodística:**

Cerna (2019), apoyándose en Gómez, señala que la cobertura periodística es una representación social de la vida pública, la cual resulta de una realidad jerarquizada de los sucesos cotidianos.

De igual manera, el autor menciona lo propuesto por Gomis sobre las coberturas en su libro sobre las teorías del periodismo. Gomis señala que los encargados de las coberturas periodísticas no se rigen por reglas objetivas, sino por convicciones, impresiones e improvisaciones. Además, su método de recolección de información se basa en la observación. (Cerna, 2019)

Por su parte, Mamani y Morales (2020) definen la cobertura periodística como el seguimiento de un hecho que cumpla con características de un acontecimiento noticioso. Entre ellas, relevancia, actualidad, interés común, verificable, etc. Esto supone que el periodista encargado de la cobertura tome un hecho que afecta al entorno y las repercusiones a nivel nacional. (Mamani & Morales, 2020)

Este autor hace referencia a lo señalado por Martínez, quien a su vez cita a Rivera. Este último define a la cobertura periodística como una “vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada” o como una “capacidad de un medio para llegar a todos los rincones de un territorio o número de personas de una región determinada”. (Mamani & Morales, 2020)

A modo de complemento, Mamani y Morales (2020) señalan que en la actualidad las coberturas deben ser actualizadas, lo cual implica un correcto uso de dispositivos digitales y multimedia por parte de los medios de comunicación. Esto, a su vez, supone la incorporación de fotografías, videos, conocimiento de informática, audio, etc.

Según Romero (2021), las coberturas periodísticas deportivas son coordinadas entre los jefes de prensa y los medios de comunicación en sí.

- **Ética periodística:**

Bilbeny (2012) sostiene que el periodismo es una profesión inseparable de la cuestión ética, pues depende de ella. Sin la ética, no existiría veracidad en torno a la narración de los hechos ni un trato justo hacia la sociedad en general.

El autor señala que el periodismo desde siempre ha estado sometido a una normativa legal, ya que lo considerado éticamente malo es también denominado ilegal.

Siguiendo en esta línea, Bilbeny (2012) establece una relación entre el historiador y el periodista haciendo referencia a la cuestión ética de la profesión: narra los sucesos tal cual los observó; por lo tanto, informa con veracidad.

De tal manera, el autor concluye que la existencia de la ética en el periodismo está fundamentada en desarrollar la profesión con responsabilidad. Lo cual desemboca en un periodismo de calidad que aporta utilidad y valor informativo, además de actuar en pro de la democracia. (Bilbeny, 2012)

En la revista Latinoamericana de Comunicación “*Chasqui*”, Juan Vicente Renquejo (1986) expone diez principios sobre la ética periodística. Se considera que los más relacionados a la presente investigación son tanto el segundo como el cuarto.

Renquejo (1986) menciona que el Código de Ética del periodista fue adoptado en el Perú en el año 1980 junto con el Colegio de Periodistas. Este código dicta que los periodistas deben representar honorabilidad mediante el ejercicio de su profesión. Esto significa procurar el cuidado y salvaguardar la dignidad de personas e instituciones que componen el país. El periodista que lleve a cabo su trabajo de esta manera obtendrá mayor prestigio. (Renquejo, 1986)

El segundo principio se denomina “La consagración del periodista a la realidad objetiva”. Este dictamina que el periodista está en la obligación de servir la causa del derecho de la sociedad a una información verdadera. El llevar a cabo este principio implica una dedicación honesta a la realidad objetiva mediante una exposición responsable de los hechos y libre de toda distorsión. (Renquejo, 1986)

Por su parte, el cuarto principio es llamado “La integridad profesional del periodista”, el cual señala lo siguiente: el ejercicio de la labor periodística exige integridad. Esta misma somete al periodista a no recibir ninguna clase de sobornos que puedan deformar la veracidad de la información, ya que esto va en contra del bienestar general. (Renquejo, 1986)

- **Objetividad periodística:**

Para describir y definir este concepto se utilizó el texto de Javier Darío Restrepo (2001) publicado en la revista Latinoamericana de Comunicación “*Chasqui*”.

En el artículo de esta revista, Restrepo (2001) se vale de un periódico estadounidense para señalar que el deber de los periodistas es luchar para lograr tener el mayor acercamiento posible a la objetividad. Este término es definido como la exclusión y distancia de los puntos de vista personales. Por lo tanto, señala que los reporteros son responsables únicamente de la manera en cómo informan al público, mas no de lo que están informando (noticia en sí). (Restrepo, 2001)

Es llamativo el comentario de Restrepo (2001) sobre los medios de comunicación denominados sensacionalistas. El autor alega que estos poseen objetividad en sus coberturas, ya que están limitados en registrar y mostrar la realidad de los hechos sin emitir juicios críticos o interpretaciones.

Partiendo sobre una definición más general y sin limitaciones del término, es adecuado traer a colación lo señalado por el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico sobre el término. Este diccionario define a la objetividad de la siguiente manera: “Principio complementario al de imparcialidad que exige actuar atendiendo criterios objetivos, es decir, relacionados con el objeto sometido a consideración y nunca con los sujetos interesados ni con el sentir personal de quien actúa”.

Yendo a la definición específica de la objetividad, el autor señala lo siguiente: “si la información parte de un conocimiento exacto y verdadero, de una reflexión consciente y de una rectitud intachable de intenciones”, esta es considerada de objetividad absoluta. (Restrepo, 2001)

Según San Martín (2008), el periodismo a inicios del siglo XX incorporó la objetividad a las prácticas de la profesión. La puesta en ruedo de este elemento es parte del modelo hegemónico de la prensa. La objetividad es concebida desde ese entonces como la manera de informar sin interpretar nada ni inducir a los consumidores sobre qué debían pensar sobre algo concreto. (San Martín, 2008)

Asimismo, el autor identifica a la objetividad como un concepto opuesto a lo que a distorsiones ideológicas se refiere, puesto que estas son contrarias a la función informativa del periodismo. Sobre ello, reafirma alegando que el periodismo debe ser

desinteresado en su totalidad y capaz de separar la exposición de los acontecimientos de los juicios críticos en torno a ellos. (San Martín, 2008)

A pesar de ser la objetividad un elemento considerado hegemónico en el periodismo (San Martín, 2008), es también considerado un concepto difícil de cumplirse a integridad. Tomando como referencia a García de León (2000), la objetividad periodística rigurosa es imposible de lograr y se torna en un concepto engañoso. Esto resulta de la subjetividad que un periodista impregna a la noticia a modo de opinión. Esto no quiere decir que el informante pretenda ofrecer una verdad a cabalidad, sino un punto de vista con base legal en su propia sinceridad según lo que observó. (García de León, 2000)

1.4.2. Revisión de la literatura

En lo relacionado a la cobertura periodística deportiva, Araujo (2019) sostiene que no es una labor sencilla para ningún medio de comunicación. El autor señala que cada canal autorizado para realizar una cobertura debe darse el trabajo para escoger correctamente al corresponsal que será enviado al evento. Para efectos de una cobertura de calidad, el periodista seleccionado debe poseer experiencia previa y conocer costumbres, idioma y gastronomía del lugar. (Araujo, 2019)

Por tal motivo, el nulo o poco conocimiento que un periodista deportivo tenga sobre lo que rodea a una cobertura puede generar complicaciones. Con respecto a la información deportiva, Araujo (2019) señala la importancia de que el periodista se nutra de datos de todos los equipos participantes y de los propios jugadores.

Con el fin de absolver algunas complicaciones momentáneas y a manera de apoyo, Araujo (2019) menciona la necesidad de los medios de poseer una logística adecuada. Además de las licencias y los carnets de prensa otorgados por los organizadores de los eventos deportivos, cada medio de comunicación requiere de elementos en su propia central. Es decir, debe contar con proveedores de noticias a modo de colaboración para la cobertura del periodista enviado al evento. La importancia de los periodistas que permanecieron trabajando en el país radica en su función de brindar más notas y datos al corresponsal y enriquecer su labor. Todo aquel complemento enviado desde la sede principal del medio fortalece el tema en tratamiento y le otorga mayor fiabilidad. (Araujo,

2019) Guerrero (2010) incurre en este punto, pues señala que desde las agencias locales se pueden rescatar algunos datos y recordárselos a manera de apoyo a quienes cubren la noticia desde el lugar de los hechos. Esto se debe a que la exigencia del trabajo de campo realizado por los periodistas genera la posibilidad de mencionar algunos detalles importantes. (Guerrero, 2010)

Siguiendo la línea de la elaboración de una buena cobertura periodística, se tomó en cuenta lo señalado por Romero en su tesis “*Cobertura noticiosa de un mundial de fútbol: Rusia 2018*”, presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El autor menciona que la prolongada ausencia peruana en los mundiales (36 años) hacía que, por un tema generacional, los periodistas peruanos de la actualidad no podrían haber realizado hasta ese momento una cobertura periodística de la magnitud de un mundial de fútbol. (Romero, 2021)

Por tal motivo, encontrando relación con lo propuesto por Araujo (2019), señala la probabilidad de la existencia de problemas en la cobertura deportiva de medios peruanos en el Mundial 2018. Romero (2021) afirma que los medios no guardan archivos de las transmisiones de los mundiales anteriores en los que participó la Selección Peruana. Por lo tanto, los periodistas que se encargaron de la misma labor para el Mundial Rusia 2018 no tuvieron la oportunidad de aprender sobre la realización de coberturas pasadas. En ese sentido, les quedaba nutrirse de lo hecho por colegas de otros países. (Romero, 2021)

En lo que refiere al periodista deportivo, Romero (2021) lo describe como algo más complejo que un transmisor de información deportiva. El autor considera que un correcto periodista deportivo va más allá de su propia área. Es decir, su trabajo consiste en abordar también temas de índole general como política o economía. (Romero, 2021)

Esto último es complementado por Camacho (2010) en su libro “*La especialización en el periodismo: Formarse para informar*”. Aquel texto señala que la especialización o profundidad del periodismo consta en no conformarse con la narración de los hechos. Es decir, este nivel periodístico indaga acerca de las causas que hicieron posible un determinado acontecimiento y sus consecuencias respectivas. (Camacho, 2010) En otras palabras, Camacho (2010) resume aquel periodismo como uno que no se limita a lo superficial de la noticia; por el contrario, estudia a profundidad y analiza las

diversas aristas que lo componen. En consecuencia, se le insertará al receptor el deseo de ahondar en la problemática en cuestión. (Camacho, 2010)

Con respecto a lo anterior, Rojas (2018) alega que los megaeventos deportivos requieren de la más actualizada información para llevarse a cabo. De esa manera, las coberturas se convierten en un mejor producto para el espectador. El autor recalca que el periodista requiere de una preparación y especialización para interpretar la gran cantidad de información que recibirá mientras cumple su labor de cobertura. Debe ser capaz de brindar análisis de lo que pasa dentro y fuera del campo. En la actualidad, el periodismo deportivo no se restringe únicamente a dar declaraciones positivas o negativas. Los profesionales enviados por sus respectivos medios deben estar capacitados para explicar situaciones en torno al evento y a la competición, para lo cual se requiere de un estudio constante de varios años. Un tema importante: conocimiento de la cultura, asuntos políticos y sociales del país del evento por parte de los periodistas. (Rojas, 2018)

Siguiendo la línea de lo que son las coberturas periodísticas hoy en día, es imposible no mencionar que estas han sido influenciadas por las herramientas con las que cuenta el mundo contemporáneo.

Así lo sostiene Camacho (2010). En su texto, el autor afirma que el constante avance de las tecnologías de la información facilita notablemente la difusión de los mensajes que emita un canal. Ello supone que exista una demanda de un periodismo actualizado, profesional y de mayor calidad por parte de los receptores. (Camacho, 2010)

Es sabido que los avances tecnológicos que vive el mundo día a día han sido capaces de revolucionar muchos aspectos. El periodismo, en todas sus modalidades, es uno de ellos. Según Rojas (2014), el periodismo deportivo a nivel mundial ha aprovechado el progreso de la tecnología para poder realizar mejores coberturas de eventos con un mayor grado de sofisticación. Esto ha generado que se pueda dar un mayor alcance a nivel mundial de las producciones realizadas. (Rojas, 2014) Ahora, los trabajos periodísticos realizados de cada país ya no se ven únicamente en su nación, sino en todo el mundo. Por ejemplo, hoy en el Perú se pueden ver partidos de fútbol de la Champions League, ligas asiáticas, Estados Unidos, México, Argentina, etc.

A pesar de la ayuda que genera la tecnología, esto supone un reto para los periodistas. Las plataformas hoy en día basan su éxito en la inmediatez con la que fluctúa

la información y con la que se hacen publicaciones de acontecimientos deportivos, además, se fomenta la interacción entre usuarios. (Rojas, 2014) Por su parte, Romero (2021) acentúa la importancia de lo ya mencionado. Según dicho autor, los métodos de estructuración de la información han dejado en la precariedad lo propuesto antiguamente por el periodismo radiofónico y escrito. Precisamente el periodismo televisivo se caracteriza hoy en día por estar regido mediante una tecnología que produce que la información circule con inmediatez. (Romero, 2021)

El reto del periodista deportivo radica en hacerse más competente mediante la utilidad de estas tecnologías. En convertirse en un periodista más preparado para hacer coberturas en base a las tecnologías. No es algo tan sencillo, pues a veces manipular algo que está surgiendo cuesta trabajo. La emergente tecnología puede hacer que el perfil tradicional del periodista evolucione, puesto que hay nuevas maneras de hacer periodismo. Entre estos, el periodista adquirirá nuevas competencias para realizar su labor, como por ejemplo el fotoperiodismo, la infografía y la programación, convirtiéndose así en un agente “multitarea”. (Rojas, 2014)

Teniendo en cuenta todo lo anterior, Romero (2021) concluye que los periodistas deportivos peruanos sí estuvieron preparados para cumplir con la difícil tarea de cubrir el Mundial 2018. Recalca su buena labor al adentrarse en un proyecto realizado por primera vez en 36 años. El autor alega que no había un ejemplo de cobertura periodística de un medio peruano cercano en el tiempo parecido a lo que implicaba cubrir una Copa del Mundo en el que podían apoyarse.

Por tal motivo, Romero (2021) reconoce el trabajo periodístico de *Latina Televisión* (Canal 2), canal encargado de la transmisión en vivo de la totalidad de los partidos del Mundial (64). Señala que, gracias a este medio, se dieron a conocer muchas de las exigencias que la FIFA imponía a los periodistas de los medios con licencia para que desarrollasen correctamente sus labores. (Romero, 2021)

Después del uso de herramientas y de los conocimientos adquiridos para una mejor cobertura, surge un tema que es propio de cada periodista: la opinión. A modo de acompañamiento al comentario y a la transmisión de información, un periodista deportivo está llamado a hablar con sinceridad y realismo con respecto al tema que se toque. Además, tiene la obligación de no tomar partido por algún jugador o equipo de fútbol en

específico, pues la audiencia es capaz de malinterpretar o tergiversar lo que el periodista pueda decir. (Romero, 2021)

Esta postura es complementada por Guerrero (2010) en su texto “*Contenido y experiencia de la cobertura de una Copa Mundial de Fútbol (Sudáfrica 2010)*”, quien hace énfasis en la responsabilidad periodística de formular opiniones objetivas y transparentes. No obstante, la autora señala que la nueva generación del periodismo deportivo no tiene inconvenientes en demostrar su inclinación por un equipo. Sin embargo, no se debe permitir la pérdida de la objetividad. (Guerrero, 2010)

Li (2014) recalca la importancia de la imparcialidad en el periodismo de carácter deportivo. El autor señala que, con respecto al fútbol, los periodistas siempre son aficionados o hinchas de un equipo determinado. Se trata de un fanatismo oculto, pues la imparcialidad y su ética periodística no le permiten mostrar eso de manera pública. Sin embargo, como menciona Li (2014), este periodista fanático de tal o cual equipo, al informar o cubrir un partido disputado por su equipo, le será difícil ser imparcial a cabalidad sin que surja la emoción personal.

En resumen, hace referencia al periodista en modo hincha. De acuerdo con Li (2014), si este tiene la oportunidad de transmitir un encuentro del equipo del que es fanático, por un tema de corazón va a tener una tendencia a no hacer críticas despiadadas contra su club. Es claro que buscará siempre la imparcialidad, pero por un tema de cariño y estima hacia un club, al hablar de él, de manera interna sentirá una especie de alegría o dolor especial, según sea el caso.

Si esta emotividad que surge en los periodistas a partir de un equipo es mostrada al público, puede generarse un problema. Obliga a poner específica atención al hecho de transmitir con veracidad la realidad. (Li, 2014)

Colin (2018) utiliza el término “*pathos*” para relacionar los sentimientos generados con la argumentación o la exposición de un punto de vista en el periodismo deportivo. El autor sostiene que los periodistas deportivos se apoderan de este término para que las emociones puedan hacerse parte de su discurso y avalarlo a modo de justificación. Colin (2018) señala que el periodista deportivo debe tener pasión por su profesión, pues el deporte es un gran portador de emotividad. He ahí la diferencia con los periodistas de política o sociales.

Describe la pasión del periodista deportivo como una “pasión de 24 horas”. Además, refiere a que la pasión y emoción produce un valor altamente subjetivo en la interpretación y declaraciones. Por lo tanto, en más de una ocasión ha generado dudas en los públicos con respecto a la objetividad que siempre exige el periodismo en todos sus campos. (Colin, 2018) El valor de la emotividad genera, según Colin (2018), una unidad mayor entre profesionales. Esto es lo que brinda el deporte, pues genera unión a la hora de hacer coberturas y debates, donde, por cierto, en más de una ocasión aparecen ánimos exacerbados. Estos aspectos son valorados hoy en día, pues empresas de prestigio buscan personas capaces de hablar con propiedad y ética analítica, pero sin perder la pasión y sin dejar por completo del lado sus sentimientos por el fútbol, en este caso. Son rasgos que fomentan un debate mucho más rico entre periodistas y que llaman la atención de televidentes. (Colin, 2018)

Regalado (2006) establece una relación bastante interesante con respecto a la emotividad en el periodismo deportivo. La estudiosa considera que la emotividad deportiva es un concepto que va ligado directamente con la inmediatez que propone un partido de fútbol. De acuerdo con la autora, un periodista deportivo radial es un “maestro de la improvisación”, ya que en sus transmisiones en directo a ras de campo no dispone de mucho tiempo para elaborar sus preguntas. Esto se debe a lo cambiante que es un encuentro entre dos equipos y las diferencias que pueden darse en pocos minutos. (Regalado, 2006)

Por tal motivo, la velocidad con la que se desarrolla el juego hace que en más de una oportunidad el periodista transmita pensamientos cargados de emoción que tengan poco o nada que ver con lo que sucede en el campo de juego. En otras palabras, es una forma de “dejarse llevar” por los pensamientos y emociones repentinas. Por lo tanto, eso genera cosas complicadas para la sociedad. Muchos radio escuchas toman las palabras de manera muy literal, por lo que, a pesar no sea la intención del periodista, crea problemas entre distintos bandos en la sociedad. (Regalado, 2006)

De este último punto se desprende el tema del lenguaje en las transmisiones deportivas. De acuerdo con Regalado (2006), el lenguaje funciona en diversas ocasiones como principal regulador de la actividad mental. Por tal razón, las “jergas futbolísticas” e interpretaciones cuentan con una importante carga de emotividad. Por lo tanto, durante un debate con colegas, el ímpetu puede aflorar por el hecho de querer ganar una discusión.

Tener tal deseo de salir victorioso y tener la razón en un debate puede llevar al periodista a cometer prácticas no valoradas por la sociedad (agresión verbal, hostilidad, etc.). (Regalado, 2006)

Pahuacho (2018) señala que los discursos de la prensa deportiva en sus diversas plataformas son capaces de generar efectos significativos en la identidad nacional de todo un país. Además, también sostiene que el deporte es el mayor generador de orgullo, por encima de otros aspectos sociales como la cultura, política, diversidad, etc.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de construir significados en torno al fútbol y a las identidades de su público, generando así en las personas un compromiso crítico con el deporte. La relación entre el fútbol y la prensa deportiva en el Perú se ha intensificado en las últimas décadas donde existe una dependencia entre ambos para que los dos prosperen. (Pahuacho, 2018)

En relación a la emoción que genera el contexto, Pahuacho (2018) señala que lo ocurrido con la multitud de peruanos que asistieron para formar parte de las diversas barras influyeron en el periodismo deportivo peruano. Esto refiere a que el periodismo deportivo se ha aprovechado y visto influenciado por el sentimiento patrio que genera el deporte naturalmente en una nación. Ese aprovechamiento se ve reflejado en la coyuntura de alegría y emoción de las personas durante el Mundial 2018, las cuales son reforzadas luego de que la prensa emite mensajes que motivan a los peruanos a estar cada vez más enganchados con la selección. (Pahuacho, 2018)

En relación a las emociones que genera el fútbol, habría que mencionar lo que representa Paolo Guerrero para los peruanos. Es considerado un ídolo nacional, hasta el punto de ser comparado con héroes peruanos de las guerras como, por ejemplo, Francisco Bolognesi. (Pahuacho, 2018) Según Pahuacho (2018), el periodismo deportivo peruano concibe a Paolo Guerrero como la representación ideal de la peruanidad, basándose en algunas características personales del jugador como: sacrificio, valentía, voluntad, estar presente cuando la Selección lo necesita, poner el interés colectivo por encima del personal, etc. Entonces, el periodismo deportivo continuamente ensalza las características positivas del deportista en cuestión y las promueve al público como rasgos pertenecientes y representativos de todos los peruanos.

Esto puede relacionarse con lo propuesto por Romero (2021), quien afirma que el periodismo genera en sus consumidores una sensación de comunidad.

De igual manera, considera que esta comunidad incita la complicidad y proximidad con sus congéneres haciéndolos parte de los logros obtenidos por deportistas o equipos de su país. (Romero, 2021)

De acuerdo con Pahuacho (2018), el periodismo deportivo local ha encontrado en Guerrero un símbolo y modelo a seguir por todos, ya que sostiene que los peruanos deberían imitarlo e incorporar sus características positivas como parte de nuestra identidad nacional. Además de estas declaraciones, Pahuacho (2018) identificó que el periodismo deportivo local posee una fuerte subjetividad, ya que los adjetivos que se emplearon para describir a Guerrero fueron totalmente positivos, dejando de lado algunas características suyas que son negativas y que debe corregir para ser un mejor deportista. (Pahuacho, 2018)

Un caso similar al peruano es el de la Selección de Ecuador. Con respecto a dicha situación, Coronel (2018) realizó un análisis de dos diarios importantes de dicha nación: *El Universo* y *El Comercio*. Ambos mostraban una postura similar a lo mencionado por el estudio de Pahuacho (2018) sobre Paolo Guerrero en el Perú, aunque en menor medida. Dichos diarios ecuatorianos eran de carácter sensacionalista. Esto se debe a que los periodistas mediante sus escrituras intentaban vender héroes y culpables con respecto a los partidos que disputó la selección ecuatoriana que la llevaron a ser eliminada del Mundial Brasil 2014 en primera ronda. (Coronel, 2018) Además, en las coberturas de dichos periódicos hubo un fuerte uso de adjetivos en referencia a los jugadores, describiendo así un sentimiento amargo por la temprana eliminación, mas no hubo un contexto de análisis determinado sobre las incidencias de los partidos. (Coronel, 2018)

Según Ortiz (2016), los periodistas del diario argentino “*Olé*” son constructores de estereotipos de género e identidades entorno al fútbol que fomentan violencia y discriminación. A partir de esta afirmación del autor y tras la revisión de ciertos ejemplares de “*Olé*”, se puede determinar el papel que juegan los sentimientos de los periodistas. En muchas situaciones, la ira o el descontento producen notas ofensivas y de bajo nivel objetivo. Se puede inferir, entonces, una especie de intromisión de la cultura futbolística argentina en el periodista. Ante ese tipo de reacciones periodísticas, podría

señalarse que el periodista se contagió del fanatismo e hinchaje que se respira en las calles argentinas. Suele pensarse que los medios son los que influyen en una sociedad. Es algo que puede suceder, pero no es algo absoluto. Puede darse de ambas maneras.

Siguiendo a Ortiz (2016), el diario “*Olé*” es de carácter problemático, pues suele reforzar los mensajes codificados entre hinchas de distintos clubes argentinos. Además, sostiene que esta situación genera cada vez más problemas ligados al fútbol, puesto que este deporte en Argentina ha adquirido una mayor jerarquía dentro de la nación e incluso está sumergido en expresiones culturales y políticas. (Ortiz, 2016)

El estudio de “*Olé*”, mediante Ortiz (2016), puede generar aportes a la actual investigación. Dicho autor hace referencia a fuertes subjetividades que la prensa deportiva argentina plasmó en las páginas de aquel diario. Según lo mencionado, los periodistas del diario fueron capaces de hacer notar su enojo de manera excesiva mediante sus comentarios. Lo excesivo casi siempre lleva temas a niveles subjetivos, pues una postura se llega a polarizar. (Ortiz, 2016)

Por su parte, Moreira y Araoz (2016) señalan que “los mensajes emitidos forman estereotipos de género e identidades, lo que genera y refuerza la violencia entre hinchadas o entre personas fanáticas de distintos equipos”.

Según Rojas (2012), el fútbol se ha convertido en la base del negocio periodístico por su enorme capacidad para atraer la atención de público y anunciantes. Sin embargo, no es lo único importante. Gracias a la cultura futbolística de este país, ha generado que este deporte sea la principal herramienta para que los periodistas puedan canalizar a través de él sus pensamientos y sentimientos adoptados independientemente por cada uno y luego expresarlos. En la Argentina el fútbol es un fenómeno cultural que excede al periodismo en sí, lo que ha generado que diversos autores señalen este fenómeno como “fútbolización de la cultura”. (Rojas, 2012)

Entre otras cosas, “*Olé*” refuerza constantemente la relación entre fútbol y hombría, donde su lenguaje está basado en una masculinidad hegemónica. (Moreira & Araoz, 2016) Hay que poner especial atención con el tema del machismo, en este caso, inmerso en el deporte y producciones periodísticas. Para que los periodistas escriban sobre un fútbol idealizado únicamente para hombres demuestra un pensamiento arraigado hacia el machismo, el cual puede haberse adoptado en el seno familiar o social. Al

publicarlo en un medio, claramente muestra un sentir en sus mensajes y comentarios con respecto a las mujeres que lo practican.

En ese sentido, Ortiz (2016) menciona que el diario “*Olé*” es generador de conflictos entre géneros, ya que con sus textos no le brinda la relevancia suficiente al rol de la mujer en el deporte.

Otro punto importante en el estudio de los emisores en el periodismo deportivo argentino es lo acotado por Moreira y Araoz (2016). Afirman que el fútbol en Argentina tiene un sistema de valores basados en el criollismo, humillación al rival y hay un distanciamiento del juego de “caballeros”. (Moreira & Araoz, 2016)

Justamente, según Ortiz (2016), estos son los valores que el diario “*Olé*” destaca, pues los considera algo normal y positivo en la práctica del fútbol. Por último, señala que los diarios argentinos y el fanatismo de las personas de ese país son impulsores a que el fútbol se convierta en un espacio legítimo para que jugadores y espectadores expresen libremente sus emociones, sentimientos y pasiones. (Ortiz, 2016)

A lo largo de la investigación y tomando como ejemplo el mismo diario “*Olé*”, se ha podido comprobar que el fútbol no es un espacio legítimo (como menciona Ortiz) únicamente para los dos actores ya mencionados (jugadores y espectadores), pues los periodistas en múltiples momentos se han expresado y embargado justamente con las características que Ortiz (2016) menciona: pasión, sentimiento y emoción.

Según Alabarces (2001), la violencia es un acto social y uno de los vectores de fondo que hacen posible la unión y acción grupal entre aficionados y no simplemente alguna reacción irracional y desorganizada de las masas. Hace referencia a que la pasión por un equipo te lleva a ser violento y eso no es visto por los fanáticos como una reacción irracional. Al contrario, encuentran la diferencia del otro con respecto a uno mismo como una acción fundamentada para atacar y generar violencia. A pesar de ello, en el caso del periodista se puede interpretar de una manera diferente. La culturización del fútbol en una nación puede provocar reacciones violentas de los periodistas. No necesariamente violencia física, sino en sus palabras hacia otro periodista que no comparta su postura. Se trata de una violencia o un “atacar al otro” basado en insultos y otras clases de ofensas realizadas sin ningún tipo de objetividad. Todo producido a partir del hecho de no querer

perder una discusión, es ahí donde sale el lado irracional. Surge el fenómeno de querer ganar por la fuerza, no por la razón. (Alabarces, 2001)



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

La siguiente revisión bibliográfica de teorías surgió en parte de un estudio previo del libro “Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas” de José Carlos Lozano (2007). Este fue un material recomendado, pues contiene diversas teorías de la comunicación que se pueden amoldar y aplicar a la presente investigación de carácter deportivo.

2.1. Aprendizaje y subjetividad adoptada en masas: fútbol deporte de mayorías

2.1.1 Teoría del aprendizaje social de Bandura (1982)

Luego de la revisión del texto de Lozano (2007) a manera de introducción, se halló un archivo titulado “*Teoría del aprendizaje social*”, desarrollado por Albert Bandura en 1982. El contenido del artículo señala que las personas no están equipadas por conductas innatas. Con aquella idea, Bandura (1982) se refiere a que las personas no nacen con un grupo determinado de conductas que las definen. En realidad, todas las conductas, actitudes, costumbres, etc. son aspectos que los individuos aprenden a lo largo de su vida, donde se relacionan con otros individuos y grandes masas de personas.

Cabe mencionar que estos aprendizajes se dan por influencia de otros aspectos relacionados con el entorno de cada persona en especial. Es decir, cada persona independientemente aprende en base a su cultura, familia, amigos, sociedad, etc., puesto que los rasgos de cada uno de estos influirán en la manera de pensar de cada ser humano. Dentro de ese entorno donde cada uno se desenvuelve, el aprendizaje se va formando en base a la experiencia. Dichas experiencias que el individuo va recolectando a lo largo de su vida tendrá consecuencias, las cuales pueden clasificarse como positivas o negativas. (Bandura, 1982) Siguiendo lo propuesto por esta teoría, esta cuestión no escapa de los emisores de noticias; es decir, de los periodistas (en este caso deportivos).

En base a sus propias vivencias durante toda su existencia, el periodista comienza a apoyar y valorar ciertas características que él mismo considera positivos. Es una cuestión que nace en el seno familiar y el entorno que luego buscará aplicarlos en todos los campos de su vida. Incluso para describir, analizar y alabar a un equipo de fútbol.

De acuerdo con Bandura (1982), lo que propone la presente teoría es un aprendizaje por medio de la observación de modelos, pues a través de ellos se van aprendiendo la mayoría de conductas que el ser humano va a realizar a lo largo de su vida. Al ser un tema “social”, como su propio nombre lo indica, se aprende de la sociedad; es decir, de ejemplos que dan otras personas. Es justo de esta teoría que se desprende la educación que un padre imparte hacia sus hijos a través de acciones. El padre realiza acciones que forman o formarán parte de una “buena educación”. Por ejemplo, esto puede basarse en cuestiones simples y conocidas como el hecho de botar la basura en su lugar, respetar cuando otro habla, lavarse las manos, etc., esperando que el hijo lo observe y lo imite. De esa manera, desde sus inicios idealizará algunos modos. (Bandura, 1982, como se citó en Lozano, 2007)

Este aprendizaje consta de cuatro etapas. La primera es la atención, donde el individuo simplemente observa, para luego identificar rasgos que le parezcan significativos. La segunda etapa es la retención, donde el individuo identifica conductas que han sido útiles en determinados momentos para otros individuos. Es en esta etapa donde se comienza a pensar los beneficios que tendrá que aplicar cierta conducta en determinada acción. En la tercera etapa se encuentra la reproducción motora, la cual es la puesta en escena de la observación observada y aprendida considerada como apropiada. Finalmente, la cuarta etapa es lo motivacional; es decir, se observan las consecuencias positivas o negativas para aplicarlas en un futuro con mayor efectividad. Según el autor, la conducta es controlada por la interacción de los factores externos con los generados por el propio individuo. (Bandura, 1982, como se citó en Lozano, 2007)

Para argumentar sus propuestas, Bandura (1982) señala que con las experiencias tanto ajenas como propias, los individuos pueden prever los diferentes tipos de consecuencias que podrían suceder al realizar una acción y en base a ello regular su conducta. Como antecedentes, señala las acciones que producen respuestas físicas y emocionales que nos llevan a imitarlas.

Las acciones realizadas en base a un sentimiento de emotividad son las más difíciles de controlar, pues uno no llega a entenderlas, solo a sentirlas. Esto puede verse desde un ángulo comunicativo, ya que los mensajes publicados en muchas ocasiones funcionan como estímulos de los medios para el sujeto. Según el autor, una de las “fuentes principales de las expectativas de eficacia y los medios por los que operan diversos modos

de influencia son la experiencia vicaria, la persuasión verbal y la excitación emocional”. (Bandura, 1982, pg. 4, como se citó en Lozano, 2007) “La conducta está regulada por las consecuencias de las acciones, descartando aquellas respuestas no recompensadas o que producen castigo; y es que, las consecuencias de las respuestas influyen en la conducta de forma antecedente al crear la expectativa de resultados similares en futuras acciones”. (Bandura, 1982, pg. 5, como se citó en Lozano, 2007)

Siguiendo la explicación de la presente teoría, esta podría aplicarse en diversos campos de interacción, donde se relacionan los individuos unos con otros. De hecho, esto se ha podido aplicar a la presente investigación, pues el fútbol es un espacio generador de muchas acciones y sentimientos tanto en fanáticos como periodistas. En los últimos años, podría decirse que el Perú ha sido uno de los países más ligados al fútbol por el tema de la clasificación al Mundial y el subcampeonato en la Copa América de Brasil en 2019.

2.1.2. “Comunicología y fútbol. La vida social, el deporte y el espectáculo desde una perspectiva constructivista” de Jesús Galindo Cáceres (s.f.)

Según Galindo (s.f.) el constructivismo es la interacción social en torno a una situación en específico, en este caso, en el fútbol. El autor toca el tema de la creación de grupos y comunidades en función a un equipo de fútbol (ejemplo: barras). Actualmente, en varias sociedades el fanatismo por el fútbol es tan arraigado que se ha convertido en una matriz de construcción de la vida social. La interna de un club; es decir, todo lo que pase dentro de un equipo, sus victorias, derrotas, etc., van configurando la vida de cada individuo. Lo cual, claramente repercute en la parte externa del equipo, puesto que, como fanáticos, los periodistas también gozan o sufren las situaciones.

Este enfoque sugiere que el fútbol ya no es visto como un simple deporte ni como solamente un juego. Ahora se le percibe en múltiples sentidos, como por ejemplo: “una guía de vida, una forma de vida y un ejercicio cotidiano de conformación de vida”. (Galindo, s.f., como se citó en Lozano, 2007)

Galindo (s.f.) señala que, en el fútbol, lo que sucede dentro del campo (derrota y triunfo) no queda ahí. Viaja a otras esferas, las cuales se ven afectadas con el resultado de un partido. La pasión que se puede tener por un equipo de fútbol es tal, que lo que

suceda dentro del campo afecta también la vida personal del jugador, espectador, fanático o periodista deportivo.

Por otro lado, el fútbol es considerado como una matriz constructiva de interacción debido a que promueve situaciones de colaboración entre miembros de un mismo equipo y la competencia contra los miembros de otro equipo (aplicable en competencia entre medios periodísticos). De cualquier modo, es inevitable la interacción humana. (Galindo, s.f., como se citó en Lozano, 2007)

El autor señala que, debido a los grandes efectos que el fútbol ocasiona en la cultura de varios países, los tipos de interacción que se dan en este deporte se vinculan con la interacción de tipo familiar, amical, laboral, etc. Incluso, esta interacción futbolística puede llegar a afectar campos impensados como la política y economía. La interacción futbolística vista desde el periodista se da en el momento que asiste a los partidos a realizar coberturas sobre determinado equipo, pues es ahí donde entra en contacto (de manera indirecta) con otros asistentes de todo tipo (barras, otros periodistas, etc.). (Lozano, 2007, tal como se citó en Galindo, s.f.)

La presente teoría ayuda a la investigación en curso, pues proporciona una idea de los límites que traspasa el fútbol, puesto que, hoy en día, no solo interesa lo que suceda en la cancha. Lo sucedido ahí dentro ahora es parte de otras esferas. La rivalidad ya no se da entre los jugadores de dos equipos distintos, sino también entre los seguidores de ambos equipos. Es por eso que hoy existe mucha violencia por parte de las hinchadas, barras bravas, etc., las cuales manchan la esencia del fútbol. Así como un resultado genera un sentimiento en los hinchas, de igual manera genera un sentido en los periodistas y los medios de comunicación en general.

2.1.3. Modelo Riley y Riley

Lozano (2007) introduce el modelo “*Riley y Riley*” a partir de lo propuesto en el libro de McQuail y Windahl (1981). Los investigadores realizan un análisis de todos los agentes que participan del proceso de comunicación. Es decir, emisores, receptores, canales, mensajes, rutinas laborales, etc. En la actual investigación, el punto central de análisis de la comunicación se encuentra en los emisores; es decir, periodistas. Sin

embargo, ambos autores coinciden en señalar que tanto los emisores como receptores de mensajes pertenecen a determinadas instancias sociales. (McQuail & Windahl, 1981, como se citó en Lozano, 2007) Por lo tanto, dichos factores influyen directamente en la tónica y elaboración de los mensajes y la manera de interpretarlos, según sea el caso. Con esta idea alude al entorno directo de cada periodista. Sus más cercanos convivientes como amigos, familiares y compañeros de trabajo tienen la capacidad de generar una fuerte influencia en los mensajes emitidos por el periodista. De igual forma, puede ser influenciado por factores globales; vale decir, clase social a la que pertenece, educación, entre otros. Expone, entonces, que cada uno de estos factores mencionados acarrea en sí mismos ciertas ideologías, métodos, normas, etc. independientes, las cuales se ven ejemplificadas en los mensajes de un emisor. En conclusión, la construcción de cada mensaje posee matices de lo que le dicta su propio entorno a un periodista. Incluso, en ocasiones de manera inconsciente. (Lozano, 2007)

A modo de complemento, es adecuado señalar la cita del “análisis funcional” o “funcionalismo” de Laswell y Wright (1986) expuesta por Lozano (2007). Se produce un encuentro de puntos en común, específicamente en la función de “transmisión de la cultura” propuesta por los autores. La cultura forma parte importante del funcionalismo, pues valores y rasgos propios de ella son constructores de contenido en los mensajes emitidos.

2.1.4. Maslow: entorno y estados motivadores

Los impulsos, conductas y motivaciones se gestan en el individuo mismo. Pero, es importante aclarar lo fundamental que resulta ser el entorno como regulador de estas capacidades del ser humano. La situación es un factor determinante que influye en las motivaciones individuales.

Dicho entorno está formado por otros seres humanos, costumbres, culturas que convergen entre sí y muchos otros tipos de actores. (Maslow, s.f., como se citó en Lozano, 2007)

Ante ello, Maslow (s.f., como se citó en Lozano, 2007) define al individuo como un creador de barreras propias, juicios críticos y valoraciones con respecto a la situación

a la que enfrenta. Es decir, es capaz de producir una serie de mensajes ante cualquier escenario que se le presente, pero debe aprender a amoldarse a él. Dicho aprendizaje consta de un procesamiento de lo que propone dicho escenario, lo que implica la realización de un análisis inicial del campo y sus actantes en cada realidad independiente. (Maslow, s.f., como se citó en Lozano, 2007)

El propio hecho de realizar una acción, sea cual sea, implica una motivación por parte del organismo. Las acciones en la vida cotidiana son, prácticamente, infinitas. El día a día de cada ser humano se define por el conjunto de acciones que se dedicó a practicar durante un periodo de tiempo. Trabajo, deseo de ejercitarse, hambre, estudiar, etc., son acciones que, según lo propuesto por Maslow (s.f., como se citó en Lozano, 2007), partieron de un deseo inicial, el cual es conocido como motivación. Sin embargo, el aspecto motivacional es especial y puede diferenciarse de otros acontecimientos que sean parte de un organismo. Esto se debe a las características de la motivación: interminable, recurrente, compleja, etc. Este enfoque, al ser de carácter psicológico, requiere de un estudio permanente de un ser humano y hacer el esfuerzo de comprender las razones de las motivaciones que pueda experimentar y, sobre todo, por qué las experimenta, en caso sean negativas. La idea es ir encontrando explicaciones sobre lo ocurrido y hallar satisfacciones en los procesos que generen nuevas motivaciones de índole positiva.

Maslow (s.f., como se citó en Lozano, 2007) describe al ser humano como un “animal necesitado” que tan solo experimenta la satisfacción durante tiempos realmente reducidos. La solución de un problema se convierte en generadora de otro. Sucede este proceso de manera recurrente en el ser humano. En resumen, el ser humano a lo largo de su vida va abandonando motivaciones. Puede observarse el caso como una serie de etapas, donde cada motivación es subir un escalón más de una escalera que se extiende durante toda la vida humana. De forma progresiva va adoptando nuevas metas y la motivación respectiva para lograrla en cualquier ámbito en el que su persona pueda desenvolverse.

2.2. Neutralidad en la noticia

2.2.1. Enfoque positivista

El presente enfoque es importante para el curso del actual proyecto de investigación, pues hace referencia al aspecto de la “neutralidad” en el campo periodístico. Señala Lozano (2007) la vitalidad de la adopción de una postura de plena neutralidad con respecto a los hechos que conforman parte de una historia. Los términos “neutralidad” o “imparcialidad” son muy repetidos y repasados en los libros de periodismo. Podría decirse que son factores que deben formar parte del ADN de todo periodista, pues no es conveniente adoptar una postura a favor con respecto a las partes implicadas en una nota periodística. De no seguir estos conceptos, se le puede acusar al periodista de desempeñar una labor carente de ética y de no tener un verdadero compromiso con la sociedad. Sin embargo, como se verá más adelante, esta propuesta no es compartida por Krugman (2020), Premio Nobel de Economía en el 2008.

Lozano (2007) concibe a los agentes de periodismo no como seres capaces de modificar una realidad social. Por el contrario, los considera analistas y observadores activos e intrépidos con respecto al conocimiento de las causas que dieron forma a un acontecimiento social.

El investigador afirma que los seguidores del enfoque positivista llevan su estudio por el camino de todo aquello que puede detectarse a través de los sentidos. De tal modo, los sentimientos, religiones y corrientes filosóficas quedan de lado en este enfoque, pues solo de esa manera el periodista podrá cumplir a cabalidad la neutralidad que la presente teoría exige. La neutralidad conlleva a la “preservación y estabilidad de las sociedades actuales” (Lozano, 2007), lo que genera cuestionamientos negativos sobre el papel que cumplen los medios de comunicación a la hora de informar. Para Lozano (2007), aquellas críticas negativas se definen por una distribución no equitativa del poder de los periodistas con respecto los participantes implicados en una noticia. La teoría afirma que los positivistas deben guiar su trabajo a partir de las leyes de causa y efecto. (Lozano, 2007)

A diferencia de los teóricos positivistas, los teóricos críticos se dedican a cuestionar problemas de desigualdad de todo tipo en las sociedades.

El enfoque crítico pone en tela de juicio a las instituciones poderosas, muchas veces catalogándolas de injustas; mientras, actúan como una especie de protectores con respecto a los menos favorecidos. Los periodistas que siguen el enfoque crítico creen en una parte por encima de la otra. Buscan tomar partido por aquel implicado que tenga la razón. Le da un peso mayor a todo aquello que sea verdadero. No aplica una imparcialidad entre lo que es real o no, entre lo verdad y la falsedad. Retomando a la ideología de Krugman (2020) ya mencionada, el economista realmente valora al periodista seguidor del enfoque crítico, pues toma partido por una verdad.

En conclusión, aquel que siga las reglas de este enfoque es considerado un activista social, el cual busca fomentar un cambio en los sistemas. (Lozano, 2007)

2.2.2. Teoría de Krugman (2020)

En marzo del 2020, el periodista argentino Andrés Oppenheimer, quien reside en España, entrevistó al economista estadounidense Paul Krugman. La entrevista en su mayoría fue por el rumbo económico. Sin embargo, Oppenheimer fue capaz de llevar a Krugman por el terreno del periodismo, de lo cual se obtuvo una interesante reflexión. Krugman, ganador del Premio Nobel de Economía en el 2008, escribió un libro llamado “*Contra los Zombis*”. En dicho texto existe un acápite donde realiza una crítica al trabajo periodístico global en la actualidad.

Oppenheimer argumenta que desde siempre las escuelas de periodismo enseñaron a mostrar los dos lados de una historia. Es decir, las versiones variadas que cuentan los implicados en un determinado problema. Sin embargo, Krugman no está de acuerdo con esa postura que puede considerarse universal en el periodismo. Tanto en el periodismo de política, economía o deportivo; según lo citado por el norteamericano, los medios buscan ser políticamente neutrales con sus noticias. Para él, el supuesto de no tomar partido por ninguna de las partes no es considerado del todo válido. El economista señala que la imparcialidad en el periodismo no debe llevarse a cabalidad, pues existen momentos donde deben tomar partido por lo meramente real. No avala la neutralidad cuando se da el enfrentamiento verdad versus mentira.

Es decir, si el periodista tiene conocimiento de evidencias reales sobre el acontecimiento, siempre debe tomar partido por aquel que tiene la verdad. Para Krugman (2020), la búsqueda de la imparcialidad lleva a los medios periodísticos a brindarle igual peso a la verdad y a la falsedad.

2.3. Sociología de la producción de mensajes

Esta teoría o enfoque se dedica a estudiar los distintos condicionantes que interfieren en la producción de mensajes de los medios de comunicación.

Para complementar el estudio de este enfoque, aparecen nuevos investigadores como Shoemaker y Reese. Ambos buscan abordar de manera más profunda sobre lo que advierte la presente teoría. La sociología de producción de mensajes hace referencia en un inicio a los factores internos y externos de un medio de comunicación que rigen en cuanto a la emisión de mensajes. Sin embargo, Shoemaker y Reese, centralizan su estudio en los individuos que componen los medios, pues cada uno posee características distintas, a pesar de que a veces los medios pongan filtros en las contrataciones de sus periodistas. Por tal motivo, se dedican a analizar actitudes personales, orientaciones, valores profesionales de cada uno, etc. En tal sentido, guarda relación con las anteriores teorías mencionadas.

Se reafirma entonces el hecho de la experiencia de vida del periodista. Al igual que cualquier ser humano, acepta y descarta diversos comportamientos, ideologías, actitudes, entre otros. Va por la vida con valores ya inculcados desde antes de su etapa de periodista.

Lozano (2007) hace referencia a Wolf (1987), quien identifica la corriente de la “sociología de profesiones”, la cual se dedica de manera exhaustiva a estudiar a los emisores de mensajes desde sus características sociológicas, culturales, estándares enseñados en sus carreras, socialización con el entorno o contexto, etc. A modo de complemento, Aguirre (1992) estudia en los periodistas las normas de comportamiento y valores que los rigen. (Lozano, 2007)

2.3.1. Condicionantes individuales

La producción de mensajes de cada periodista de manera individual conlleva ciertos condicionantes. Cada mensaje emitido está compuesto de características propias y únicas del periodista. Dentro de estos factores pueden tomarse en cuenta la clase social, educación, valores, etc. (Lozano, 2007) Todos tienen incidencia directa en la formación del mensaje. Según Lozano (2007), la edad es un condicionante de importancia. Los años, por lo general, están cada vez más compuestos por experiencias. Por lo tanto, dichos mensajes están hechos por la experiencia, de igual manera.

Se toma todo aquello aprendido a lo largo de los años; en este caso, en el periodismo deportivo. Este punto es de suma importancia si se relaciona con la cobertura de los mundiales de fútbol. Los periodistas a los que se les encomienda la tarea cuentan con una amplia experiencia y es una razón más que suficiente para que sean escogidos. Sus niveles de análisis serán mucho más ricos y llamativos que un practicante de periodismo deportivo. Sin embargo, según Lozano (2007), la variable individual más importante a tomar en cuenta es la “clase social” a la que pertenece cada periodista. En varios medios de comunicación coinciden personas de varias clases sociales.

Según el autor, la clase social también es portadora de comportamientos y valores específicos, los cuales de alguna manera afectan la composición de los mensajes del emisor. Lozano (2007) también echa una mirada hacia las rutinas de trabajo específicas de cada periodista, pues considera que estas prácticas propias influyen en las formas que tendrán los mensajes emitidos.

2.3.2. Rutinas de trabajo (Lozano, 2007)

Este enfoque hace mención inicialmente a una serie de procesos establecidos para la recopilación de datos informativos más el análisis y procesamiento del mismo. El cumplimiento de aquellos pasos genera una serie de consecuencias en los contenidos de cada mensaje emitido.

Al periodista se le ha denominado el rótulo de “cazador” de noticias, pues se le atribuye dicho instinto al estar en todo momento pendiente de cualquier noticia que pueda aparecer para luego informarla ante un público.

Dentro de este instinto, aparecen cualidades como el popular “olfato periodístico”, astucia, entre otras. A partir de ello, se formula el mensaje, el cual contiene, como lo señala el enfoque de “rutinas de trabajo”, un toque propio de cada periodista, el cual está claramente fundamentado en el análisis y seguimiento que él mismo le haya proporcionado a cada tema. (Lozano, 2007)

A pesar de ello, Lozano (2007), busca darle un cambio a este concepto de “cazador” que tiene el periodista para llamarlo de una manera distinta: “recolector”. Principalmente, este término de “recolector” se utiliza para los periodistas que operan en la actualidad, ya que el factor del tiempo transcurrido es de suma importancia, pues variedades de cosas pueden cambiar. El empleo de este término radica en la acción del periodista de dirigirse a las diferentes fuentes fijas que puedan colaborar proporcionando información de todo tipo, en hallar una verdad o describir cierto evento. Es decir, de alguna forma van por el camino “recolectando” información que les proveen fuentes clasificadas y prestigiosas. (Lozano, 2007)

Lozano (2007) utiliza el ejemplo de los periodistas enviados por un diario para cubrir determinado evento. Afirma que, si estos no encuentran noticias, no es una excusa para que los diarios reduzcan su número de páginas habitual. De igual manera, un programa de noticias no puede hacer que su número de horas o minutos dependan de los acontecimientos diarios. He ahí la rutina de trabajo propuesta por Lozano (2007), la cual debe ser correctamente definida y administrada por cada medio. Se debe asegurar la óptima distribución del material con el que se ha de emitir mensajes.

Ante todo lo mencionado, Lozano (2007) recurre a Wolf (1987), quien señala que la mayoría de medios de comunicación establecen rutinas como: racionalización del trabajo, reducción de tiempos y fiabilidad del encargado del suministro de materiales e información. Por su parte, Hernández (1992), afirma que las organizaciones son entidades complejas, en las que internamente aparecen cuestiones como la división del trabajo, jerarquías de autoridad, sistemas de recolección de datos y transcripción, ganancias obtenidas, etc.

Lozano (2007) valora el aspecto de la disponibilidad de recursos alrededor del medio o del periodista.

Los medios de comunicación, al ser de carácter informativo, deben basarse en parte en la colaboración de una diversidad de fuentes para enriquecer el producto que desean proyectar.

Por tal motivo, son dependientes del número de reporteros con el que cuentan, pues son ellos quienes deben seguir su propia línea de rutina laboral para hacer las investigaciones respectivas y la conversación con las fuentes. Para ello, dedican varias horas para cumplir sus objetivos, de las cuales se desprenden el tiempo de movilización, descanso, comidas, etc.

Es innegable que el trabajo de campo es un factor de suma importancia para cualquier labor periodística, pues el salir a la calle e indagar es la propia esencia de esta profesión.

A manera de complemento, pero sin restarle importancia, debe haber preocupación por la disponibilidad de archivos y fuentes bibliográficas virtuales, pues son vitales para el crecimiento informativo.

2.3.3. Enfoque interdisciplinario

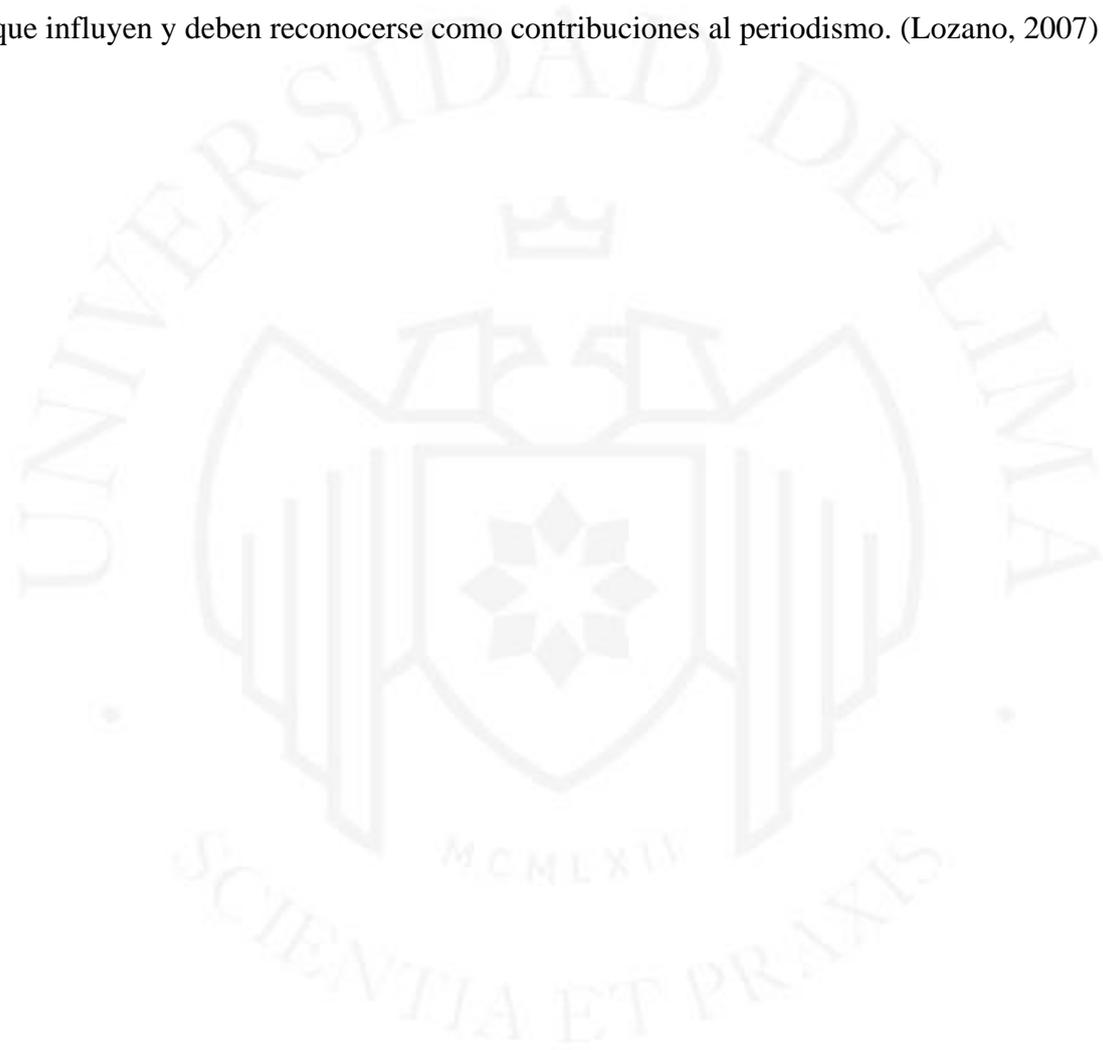
Lozano (2007) plantea la necesidad de la interdisciplinariedad a la hora de elaborar análisis con respecto a distintas clases de fenómenos. Lozano (2007) hace referencia a un defensor de este enfoque llamado Miquel de Moragas (1981), quien realiza una crítica a medios y periodistas, pues sostiene que ninguno realiza investigaciones previas para reflexionar sobre un problema en específico y comprenderlo. Es decir, hay circunstancias en las que los estudiosos de comunicación deben recurrir a otras disciplinas para tratar de entender un acontecimiento. (Lozano, 2007)

En el o los protagonistas de una determinada nota convergen variedades de sentimientos, ideologías, opiniones, etc., las cuales pueden abordarse desde otros campos diferentes a la ciencia de la comunicación.

Los factores de psicología, economía, política, antropología, entre otros; son importantes para el análisis e interpretación de un fenómeno.

Por tal motivo, el periodista requiere esta evolución en su quehacer diario. El aprendizaje o conocimiento de otras disciplinas provee distintas perspectivas y así promueve de forma constante el enriquecimiento de los debates en torno al tema de discusión.

De esa manera se generan más puntos de vista según lo que aporte cada disciplina. La ciencia de la comunicación debe aceptar las intersecciones y mostrarse como un campo mucho más abierto de lo que es. En su práctica, se produce la mezcla de varias disciplinas que influyen y deben reconocerse como contribuciones al periodismo. (Lozano, 2007)



CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La presente tesis puede ser considerada tanto exploratoria como descriptiva. Esta investigación buscará ampliar cantidad de información sobre lo relacionado a las coberturas de los medios peruanos en los mundiales. Esto es, justamente, lo que le da su carácter exploratorio, ya que actualmente el tema escogido ha sido poco estudiado. (Hernández et al., 2010)

Hoy en día, la única tesis con un contenido similar es la de Romero (2021), titulada “*Cobertura noticiosa de un mundial de fútbol: Rusia 2018*”. Aparte, hay otros estudios no considerados tesis sobre autores como Pahuacho, quien también publicó sobre la participación peruana en el Mundial 2018.

Con respecto al poco estudio mencionado, Esteban (2018) refuerza que la investigación es de tipo exploratoria: “es como realizar un viaje a un sitio desconocido [...] del que alguien nos hizo un breve comentario”.

Además, este trabajo es considerado también descriptivo. Según lo propuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2010), este tipo de investigación se caracteriza por someter a análisis las propiedades de las personas o grupos con respecto a un acontecimiento determinado. En este caso, aquello que se describirá y analizará serán los juicios críticos de los periodistas seleccionados mediante los comentarios recogidos en las entrevistas realizadas. De igual manera, los datos de los perfiles y trayectorias respectivos.

La técnica de recolección de datos en la presente tesis serán las entrevistas a profundidad aplicadas a seis periodistas de diversos medios (*Movistar, América TV y El Comercio*) y existirán diferentes ángulos o puntos de vista sobre los temas planteados. Esto describe el valor de la investigación descriptiva, puesto que esta genera precisión de los ángulos o dimensiones de un fenómeno, comunidad, suceso, contexto, etc. (Esteban, 2018)

Con respecto al enfoque del actual trabajo de investigación, este se considera de modalidad cualitativa. Esto se debe a que es necesario que el investigador realice una inmersión inicial en el campo de estudio y se familiarice con los distintos actores de la comunicación que participan en el entorno seleccionado. (Hernández et al., 2010)

Asimismo, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), este enfoque está sometido a un proceso inductivo, en el cual el investigador explora y describe. Esto con la finalidad de recolectar distintas perspectivas y puntos de vista de los sujetos estudiados. Es importante mencionar que en este estudio se toman en cuenta las emociones y las experiencias vividas. El enfoque cualitativo es considerado por los autores como naturalista e interpretativo. Es naturalista debido a que analiza a sujetos desempeñándose en sus propios ambientes (cotidianeidad). Y, como se mencionó, es también interpretativo, pues busca hallar sentido a los significados que los sujetos analizados le atribuyen a determinado fenómeno. (Hernández et al., 2010)

En el caso de la presente tesis, mediante las entrevistas realizadas se recogerán los puntos de vista, emociones (aspectos subjetivos), experiencias y recorridos profesionales de los periodistas entrevistados. (Hernández et al., 2010)

3.2. Diseño de la investigación

Al tratarse de una investigación con enfoque cualitativo, el diseño de la tesis puede variar, por lo cual se le considera flexible. La flexibilidad como característica principal de este diseño genera que el fenómeno de estudio pueda modificarse o tener diversos análisis, lo cual generará un mayor conocimiento. (Salamanca & Martín-Crespo, 2007)

Salamanca y Martín-Crespo (2007) señalan la importancia de ciertos puntos que deben cubrir el diseño de la investigación cualitativa. Entre ellos, la identificación de colaboradores para el estudio; en este caso, el contacto con los periodistas de *Movistar*, *América TV* y *El Comercio*, siendo estos los sujetos de estudio. De igual manera, los autores destacan el uso de la literatura como fuentes y documentos relacionados al tema investigado. En este caso y como ya ha sido mencionado, se utilizaron diversos artículos y una tesis relacionados a la cobertura periodística deportiva.

Para entrar en mayor detalle se recurrió a Escudero y Cortéz. (2018) La flexibilidad propuesta por Salamanca y Martín-Crespo (2007) puede analizarse a partir de los tipos de diseños investigativos descriptivos mencionados en el texto de Escudero y Cortéz. (2018) Entre ellos: diseño fenomenológico y diseño bibliográfico o narrativo.

Se considera que el presente trabajo está guiado por dos tipos de diseño:

- a. *Fenomenológico*: Según los autores Escudero y Cortéz (2018), este diseño busca conocer el significado que los sujetos estudiados le otorgan al evento seleccionado. En este caso, la interpretación y el significado que los periodistas atribuyen a toda clase de vivencias que experimentaron teniendo como base la cobertura del Mundial 2018.
- b. *Bibliográfico-narrativo*: Se da cuenta de los testimonios subjetivos de los sujetos puestos en análisis. Es decir, opiniones, valoraciones, etc. (Escudero & Cortéz, 2018) En este caso, las opiniones sobre el deporte es variada tomando los testimonios de los seis entrevistados.

3.3. Técnica de investigación

Al ser una investigación cualitativa, las técnicas de recolección de datos seleccionadas fueron las entrevistas a profundidad y la revisión de archivos o literatura. (Hernández et al., 2010)

Tal como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2010), las entrevistas no están hechas para obtener respuestas correctas o incorrectas. Sirven para hallar las significaciones que cada uno de los entrevistados le dan a un tema específico. En este caso, las entrevistas se realizaron a partir de un tema deportivo relacionado a la Selección Peruana en el Mundial 2018.

En tal sentido, cada uno de los seis entrevistados dio su propia explicación sobre los acontecimientos suscitados durante la cobertura, lo cual generó distintas interpretaciones. Es decir, “se trata de entender el mundo desde el punto de vista de cada sujeto”. (Hernández Carrera, 2014)

Según la aproximación de Hernández Carrera (2014), el modelo de entrevista aplicable, óptimo para el presente trabajo, sería el “hipotético-inductivo”. Mediante este modelo, el investigador realiza una recopilación general de hechos relevantes, los cuales luego son examinados y analizados en búsqueda de hallar un resultado.

Es importante mencionar que los avances tecnológicos son de gran ayuda para la realización de entrevistas. Las herramientas informáticas tipo softwares (ejemplos: *Zoom*, *Skype*, *Google Meet*, etc.) aportan en el almacenamiento y codificación de la información recogida en las entrevistas. Esto genera que estas puedan ser archivadas en formatos de audio y video, lo cual sirve para que puedan ser transcritas a un lenguaje escrito. (Hernández Carrera, 2014)

Sin duda alguna, el aspecto tecnológico sí facilitó las tareas relacionadas a las entrevistas en la presente tesis. Desde el inicio, cada conversación con los periodistas fue grabada en audio tanto por un celular como por *Zoom*. Con respecto a la segunda herramienta (*Zoom*), esta también fue empleada para grabar las entrevistas en formato video. En base a aquel material, el contenido más importante fue transcrito.

3.4. Unidad de análisis

Teniendo en cuenta la aproximación de González (2017), las investigaciones cualitativas deben centrarse en la profundidad, mas no en la generalización. Por lo tanto, es necesario establecer la división entre población y muestra para darle mayor calidad al trabajo en curso. Esta muestra se considera la selección final de los casos específicos a estudiarse. (González, 2017)

González (2017) sugiere que la población o universo de los casos a estudiarse debe oscilar entre 30-50. Esta aproximación, como podrá verse, ocurrió en la elaboración de la presente tesis.

Al tratarse de un evento de interés nacional (Mundial Rusia 2018), diferentes medios como *Latina TV*, *Canal N*, *Panamericana TV*, *ATV*, etc. enviaron a sus respectivos periodistas a cubrirlo. Por lo tanto, se calcula que la totalidad de periodistas enviados (población) por sus medios de comunicación superaron el rango propuesto por González (30-50). (2017)

En lo que refiere a la selección de la muestra (casos específicos), el autor no establece un parámetro o número fijo con respecto al tamaño de la misma. Tan solo señala que esta debe estar compuesta por “uno o más casos”. (González, 2017) Esto se cumple en esta investigación, pues la muestra considerada ha sido sobre seis (6) periodistas deportivos de tres (3) medios de comunicación distintos que llevaron a cabo una cobertura en el Mundial 2018.

Los tres medios seleccionados son: *Movistar Deportes*, *América TV* y *El Comercio*. Con respecto al primero de ellos, los periodistas entrevistados fueron Michael Succar y Diego Rebagliati. Sobre el segundo, Erick Osoreo y Richard de la Piedra. Por último, sobre el tercero, los escogidos fueron Pedro Canelo y Arturo León. Finalmente, estos serían considerados las unidades de análisis.

Según González (2017), esta muestra sería considerada de “expertos”, ya que existe la necesidad de conocer la opinión de personas que sepan profundamente sobre el tema en cuestión.

Sobre esta selección, es pertinente recurrir a Hernández, Fernández y Baptista (2010) y señalar que la muestra es de tipo “no probabilística”. Esto se debe a que la elección de los elementos no estuvo sujeta al azar. Es decir, esto tuvo que ver con los propósitos propios del investigador. (Hernández et al., 2010)

En este caso, los medios escogidos fueron por el prestigio que ganaron en el Perú con el paso de los años y que se mantiene hasta el momento. Por el lado de los periodistas deportivos, estos fueron seleccionados, de igual manera, por el reconocimiento del que gozan en el país.

Investigador	Universo	Muestra	Unidad
Felix Yllanes Izquierdo	Total de periodistas enviados a Rusia por sus respectivos medios de comunicación para realizar la cobertura del Mundial Rusia 2018.	Entrevistas a seis periodistas deportivos de tres medios prestigiosos en el Perú: <i>Movistar Deportes</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> . De ello se desprende la división con la elección de dos periodistas de cada medio. Por parte de <i>Movistar</i> : Diego Rebagliati y Michael Succar. <i>El Comercio</i> : Arturo León y Pedro Canelo. <i>América TV</i> : Erick Osoreo y Richard de la Piedra	Comentarios recogidos en cada una de las entrevistas elaboradas.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Matriz de variables

El presente estudio se basa en la investigación de cuatro variables importantes: perfil periodístico, rutinas laborales e influencia y valoraciones sobre las barras asistentes y el desempeño del equipo peruano de la muestra seleccionada.

El perfil periodístico consta de diversas etapas y categorías. Para medir dicha variable deben tomarse aspectos como el lenguaje empleado por cada uno de ellos durante la entrevista aplicada. De tal manera se podrá comprobar el grado de formalidad que utiliza cada uno en sus frases.

El perfil engloba el tiempo dedicado hasta la fecha en la carrera de periodismo. La trayectoria de cada uno es importante para reconocer la experiencia con la que cuentan y los medios previos en los que trabajaron y obtuvieron ciertos aprendizajes que los

ayudaron a ir construyendo sus propios caminos. Además, esta categoría podrá ser capaz de avalar el prestigio con el que cuentan dentro del periodismo deportivo en el Perú.

La variable referida a las rutinas laborales brindará una imagen e idea más clara con respecto a las actividades que cumplen los periodistas más prestigiosos para hacerse cargo de una cobertura de suma importancia. Dichas actividades no se restringen solamente a la adquisición de conocimientos que brindan capacidad al periodista para hacer una transmisión. En tal sentido, pueden aparecer diversas tareas que colaboran para enriquecer la cobertura.

Por su parte, las valoraciones sobre las barras peruanas y la Selección son variables importantes, pues se centra en el estudio de terceros y cómo estos afectaron o influyeron en los periodistas. Tanto las barras como el equipo fueron importantes aventuras de lo que fue la travesía peruana en Rusia 2018.

Ambas partes son grandes generadores de emotividad e identidad con la patria; por lo tanto, tienen la capacidad de crear sentimientos en las entrañas de cada persona. Por supuesto, de ello no escapan los periodistas.

El ambiente vivido en Rusia pudo haber sido generador de subjetividades y provocar una parcialidad hacia la Selección del Perú debido a todo lo vivido. Para conocer todo ello, se acudirá a diversas categorías que busquen revelar la experimentación de derrota que sufrieron los periodistas, la probable emotividad por el Himno Nacional del Perú, menciones positivas o negativas del equipo, etc.

Objetivo general: Reconocer las valoraciones experimentadas durante el contexto mundialista en los periodistas de *Movistar Deportes*, *América TV* y *El Comercio* que asistieron al evento Rusia 2018.

Objetivos específicos	Variable general	Categorías	Indicadores	Técnicas de recolección de datos
1. Identificar los perfiles de los periodistas analizados de <i>Movistar</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> .	Perfil de los periodistas	<ul style="list-style-type: none"> - Trayectoria laboral (medios en los que trabajó). - Coberturas de mayor importancia. - Tipo de medios en los que trabajó. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de empleos previos. - Tiempo de trayectoria periodística. - Número de coberturas previas importantes. 	- Entrevistas a profundidad.
2. Identificar las rutinas laborales de los periodistas analizados de <i>Movistar</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> .	Rutinas laborales de los periodistas	<ul style="list-style-type: none"> - Métodos de preparación y planificación. - Metas y motivaciones a futuro. - Fuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Historias de vida previas. - Listado de metas y proyectos futuros. - Estudios e investigaciones previas para enriquecer la información. 	- Entrevistas a profundidad.
3. Determinar la influencia de las barras peruanas durante la labor de los periodistas de <i>Movistar</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> .	Influencia de los grupos de barras peruanas asistentes.	<ul style="list-style-type: none"> - Menciones sobre las barras en las notas periodísticas. - Actitud del periodista hacia la barra. - Himno Nacional del Perú y “Contigo Perú” 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de menciones. - Tipos de menciones (positiva/negativa y tipos) - A favor/en contra/neutral 	- Entrevistas a profundidad.
4. Reconocer las valoraciones de los periodistas de <i>Movistar</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> con respecto al accionar del equipo peruano.	Valoraciones de los periodistas	<ul style="list-style-type: none"> - Accionar del equipo peruano. - Experimentación de derrota. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de valoración: positiva/negativa - Número de valoraciones positivas/negativas - Adjetivaciones empleadas 	- Entrevistas a profundidad.

Fuente: Elaboración propia

3.6. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Categorías	Universo, muestra y unidad de análisis	Tipo	Técnicas de recolección
Labor y valoraciones de los periodistas deportivos de <i>Movistar Deportes</i> , <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> durante la cobertura de la participación peruana en el contexto mundialista de Rusia 2018.	<p>- ¿Qué valoraciones cargadas de reacciones y emociones pueden surgir en un contexto mundialista en los periodistas?</p> <p>- ¿Qué labores y preparaciones previas deben realizar los periodistas para llevar a cabo una cobertura mundialista?</p>	<p>GENERAL Reconocer las valoraciones experimentadas durante el contexto mundialista en los periodistas de <i>Movistar Deportes</i>, <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> que asistieron al evento Rusia 2018.</p> <p>ESPECÍFICOS 1. Determinar la influencia de las barras peruanas en la labor de los periodistas de <i>Movistar</i>, <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i>.</p> <p>2. Reconocer las valoraciones de los periodistas de <i>Movistar</i>, <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i> con respecto al accionar del equipo peruano.</p> <p>3. Identificar las rutinas laborales de los periodistas analizados de <i>Movistar</i>, <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i>.</p> <p>4. Identificar los perfiles de los periodistas analizados de <i>Movistar</i>, <i>América TV</i> y <i>El Comercio</i>.</p>	<p>Influencia de las barras peruanas asistentes.</p> <p>Valoraciones de los periodistas.</p> <p>Rutinas laborales.</p> <p>Perfil de los periodistas.</p>	<p>- Menciones sobre barras en notas periodísticas. - Actitud del periodista hacia la barra.</p> <p>- Accionar del equipo peruano. - Actitudes de los jugadores. - Himno Nacional del Perú. - Experimentación de derrota.</p> <p>- Trabajos previos importantes. - Métodos de preparación. - Metas y motivaciones a futuro. - Fuentes. - Planificación. - Difusión. - Producción.</p> <p>- Lenguaje empleado. - Educación (universidad de origen). - Trayectoria laboral (medios en los que trabajó)</p>	<p>UNIVERSO Total de periodistas enviados a Rusia por sus respectivos medios de comunicación para realizar la cobertura del Mundial 2018.</p> <p>MUESTRA Entrevistas a seis (6) periodistas deportivos de <i>Movistar</i> (2), <i>América TV</i> (2) y <i>El Comercio</i> (2).</p> <p>UNIDAD Comentarios recogidos en las entrevistas realizadas</p>	<p>Exploratorio y descriptivo.</p> <p>Investigación de carácter cualitativo.</p>	- Entrevistas.

Fuente: Elaboración propia

3.7. Validez

Según Sánchez Silva (2005), las entrevistas a profundidad son una vía de entrada a la subjetividad humana. Sin embargo, estas sirven como técnica para la definición de problemas y para la elaboración de explicaciones teóricas a partir de los procesos sociales. Aquellas características en sí mismas son las que otorgan validez y confiabilidad a las entrevistas realizadas. (Sánchez Silva, 2005)

En el caso de la presente tesis, los comentarios de los periodistas entrevistados sobre el accionar del equipo peruano o la emotividad generada por las barras pueden considerarse hallazgos de carácter subjetivo, pues son opiniones propias de cada uno. Sin embargo, eso no le resta validez o credibilidad; por el contrario, aporta conocimiento sobre la vida social en alguno de sus ámbitos. (Sánchez Silva, 2005) Como señala Sánchez Silva (2005), las entrevistas ponen especial atención al conocimiento de las experiencias, sentimientos y los significados que los sujetos (en este caso periodistas) le otorgan a los distintos fenómenos sociales.

Lo anteriormente sustentado es complementario con lo propuesto por Hernández, Fernández y Baptista (2010), quienes exponen que la evidencia de validez de una investigación recae o se obtiene de las opiniones de los expertos (periodistas entrevistados en este caso). Tal como sugieren los autores, es necesario establecer una relación entre las puntuaciones recogidas de cada experto obtenidas, en esta ocasión, mediante las entrevistas. (Hernández et al., 2010)

En la presente tesis, estas puntuaciones podrán observarse en la parte de “resultados”, donde se utilizarán tablas de apoyo que contengan datos sobre las variables estudiadas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

El presente capítulo muestra los distintos hallazgos obtenidos mediante la modalidad de entrevistas a periodistas peruanos que asistieron al evento Rusia 2018. Cada medio de comunicación analizado tuvo una manera y enfoque propio al llevar a cabo la cobertura periodística. Sin embargo, se rescataron valoraciones similares en los periodistas de diferentes medios con respecto a diversos aspectos en torno al evento deportivo. La presente sección analizará los distintos puntos tratados que conforman parte del objetivo general de la investigación y cómo cada periodista lo desarrolló de manera independiente. Aquellos puntos estudiados serán, inclusive, aquellos que existen previamente en la historia de cada periodista, por ejemplo: perfil, coberturas previas de importancia, rutinas laborales, etc. Además, las valoraciones experimentadas sobre el desarrollo del equipo y de los actores que participaron en aquel contexto.

4.1. Perfil de los periodistas

4.1.1. Trayectoria laboral

La sección principal sobre los perfiles hallados de los periodistas refiere a la trayectoria que tuvieron a lo largo de sus carreras. Cabe resaltar que la mayoría de los periodistas seleccionados se movieron de un medio de comunicación a otro en búsqueda de un progreso profesional a través de los años.

En el caso de los periodistas de *América TV*, se halló como tendencia a la radio como el medio de comunicación que marcó el inicio de sus actividades periodísticas. A partir de entonces fueron escalando a nuevos medios de comunicación en el Perú.

“Comencé en el programa ‘Ovación’, el cual se transmitía por ‘Radio El Sol’, que luego se convirtió en ‘Radio Ovación’. Pasé también por ‘CPN Radio’ en su primera versión. Estuve en ‘Radio América’ y pasé por ‘Radio Miraflores’ con Gonzalo Núñez. Como periodista deportivo cuento con 27 años de experiencia”. “En el 2009 regresé a ‘CPN Radio’ para hacer un programa con Daniel Peredo. Desde ese año también trabajo en ‘Canal N’ y desde 2018 en ‘ESPN Perú’”.
(Erick Osoros)

Por su parte, su compañero de *América TV*, Richard de la Piedra inició su camino de manera similar: “Comencé en ‘*Radio Selecta*’ en el 2000. Luego entré a ‘*Ovación*’. Después de esas experiencias llegué a *América TV* donde estoy desde hace 17 años”.

El caso de los periodistas de *Movistar* es distinto, ya que no cuentan con una trayectoria periodística tan amplia como los entrevistados de *América TV*. Sin embargo, sí han mostrado un progreso hasta la actualidad. Diego Rebagliati comentó lo siguiente: “Hago periodismo directamente desde el 2016, pero comento fútbol desde 1998. Solo comentaba partidos”. Mi etapa de periodista la comencé a hacer en ‘*Radio Capital*’ y *RPP*. Luego llegué a *Movistar*”. De hecho, en este primer entrevistado de *Movistar* aparece la similitud con los periodistas de *América TV*, pues también comenzó ejerciendo periodismo mediante programas radiales.

En cambio, Michael Succar, periodista de *Movistar* con diez años de trayectoria tuvo un comienzo distinto: “Practiqué seis meses en el canal 9, en el programa ‘*El Deportivo*’. *Movistar* lo comencé en marzo del 2010, pero en el medio tuve algunos proyectos”.

Por su lado, los periodistas de *El Comercio*, Arturo León y Pedro Canelo, priorizaron en la mayor parte de sus carreras los textos periodísticos. Siguiendo así la línea del medio de comunicación al que pertenecen. Sin embargo, a pesar de que la escritura forma parte de las principales habilidades de ambos, también dedicaron esfuerzos a la parte de entrevistas y transmisiones en vivo.

“Comencé en *El Comercio* en mayo del 2012. Ahí tuve toda mi experiencia periodística. Duró hasta marzo de este año (2020). Comencé como redactor haciendo polideportivo en ‘*Deporte Total*’”. (Arturo León) Sin embargo, cabe mencionar que durante la cobertura periodística de Rusia 2018 no cumplió únicamente con la escritura, pues también llevó a cabo otras funciones como los enlaces en vivo transmitidos para la web de *El Comercio*.

El recorrido de Pedro Canelo es más extenso y cuenta con una trayectoria de 18 años, durante los cuales laboró en distintos segmentos de periódicos, pues no solo escribió sobre deportes.

“Llevo 18 años como periodista deportivo. Trabajé por poco más de un año en ‘*La República*’ colaborando con la revista ‘*El Gráfico*’ y hacía algunas ediciones para el diario ‘*Líbero*’. Ese año roté por toda la parte deportiva y también hice críticas de cine”. “El mundo de la crónica me

cautivó. Intenté aprender más sobre eso participando en la revista ‘Etiqueta Negra’”. (Pedro Canelo)

Tabla 4.1.1. Trayectoria y medios

Periodista	Tiempo de trayectoria (años)	# trabajos	Tipos de medios de comunicación
Erick Osores	29	8	Radio y televisión
Richard de la Piedra	19	3	Radio y televisión
Diego Rebagliati	6	3	Radio y televisión
Michael Succar	12	2	Televisión
Arturo León	10	1	Prensa escrita y transmisión web
Pedro Canelo	20	4	Prensa escrita

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Coberturas importantes previas al Mundial

La segunda sección referida a los perfiles de los periodistas tocará el factor experimental.

Los resultados a continuación señalan las coberturas con las que cada uno cuenta en su respectivo historial. Sin duda, estas los ayudaron en la obtención de una experiencia óptima para poder ser seleccionados por sus respectivos medios para llevar a cabo una cobertura en una Copa del Mundo.

El periodista Erick Osores posee una trayectoria más avanzada a diferencia de los otros cinco entrevistados. Por tal motivo, sus experiencias en coberturas se remontan a tiempos más lejanos, pero igual de recordados. El periodista reconoce dos coberturas previas al Mundial 2018 como las más representativas en su carrera. Es importante mencionar que ninguna se relaciona con la Selección peruana.

“Por la trascendencia, me quedo con dos coberturas en específico. Una es la del Cienciano campeón de la Sudamericana 2003, donde me tocó estar muy de cerca durante toda la campaña”. “La otra experiencia maravillosa es haber vivido cuatro finales de Champions League”. (Erick Osores)

Por su parte, Richard de la Piedra, reconoce las coberturas de sus inicios como las más representativas de su carrera. Evidentemente, el Mundial 2018 y la Copa América 2019 tuvieron más valor por lo que significó para el Perú.

Sin embargo, mencionó lo siguiente sobre lo anterior a aquellos eventos: “La primera cobertura grande que hice fue la de la Copa América 2007 en Venezuela. Era una transmisión grande y yo era reportero en aquella época. Fue una experiencia inolvidable”.

En la actualidad, es conocido que *Movistar* es el medio periodístico que normalmente se encuentra más cercano. Esto queda evidenciado en las constantes entrevistas que sus periodistas realizan a diferentes miembros de la Selección. Incluso, diversos jugadores han sido invitados a participar del programa “*Al Ángulo*”. Además, desde 2011 cuentan con los permisos en la transmisión de Eliminatorias y partidos amistosos de la Selección Peruana.

Por tal motivo, la tendencia en los periodistas de este medio con respecto a las coberturas de mayor importancia en sus carreras gira en torno al seguimiento de la Selección.

“Las coberturas más importantes fueron cuando estuvimos en Estados Unidos cubriendo los partidos de la Selección. Jugamos contra Croacia e Islandia en Miami y Nueva York. Hacíamos enlaces en los noticieros y en los programas que se hacían en el Perú. Fue una cobertura bastante similar a la del Mundial, incluso, para mí, más intensa”. (Diego Rebagliati)

Por su parte, Michael Succar da mayor valor a las coberturas que marcaron sus inicios con la Selección. En ese aspecto, puede encontrarse una similitud con Richard de la Piedra. Succar afirmó lo siguiente:

“Sin duda alguna, la que más recuerdo, que duró menos de 36 horas, fue Colombia-Perú en Barranquilla en el inicio de la Eliminatoria que nos llevó al Mundial. Es especial porque fue mi primer partido de Perú. La recuerdo mucho porque fue mi debut en Eliminatorias y por lo nervioso que estaba”. “Recuerdo aquella vez en Uruguay, cuando perdimos uno a cero. A Perú le iba mal, pero igual tuvimos una súper cobertura de ocho días en Montevideo. Fue importante porque fue la primera vez que estuve tanto tiempo fuera del país y en un mal momento de Perú”.

La mayoría de entrevistados tienen a la Selección peruana como lo más destacado en sus coberturas importantes. Sin embargo, los periodistas de *El Comercio* rompen un poco con aquel esquema.

En el caso de Canelo, el fútbol sigue siendo lo principal, pero sus coberturas importantes no giran necesariamente en torno a la Selección:

“Cubrí un partido del Schalke 04 con Farfán. Golearon 5 a 2 en San Siro al Inter de Milán. Es un bonito recuerdo porque entrevisté a Farfán y al español Raúl, leyenda del Real Madrid”. “Recuerdo mucho las dos veces que entrevisté a Messi en el 2013 y 2016”.

En cambio, Arturo León reconoce algunas experiencias ajenas al fútbol como las de mayor importancia: “Recuerdo la primera que hice. Fue un campeonato de surf en ‘Lobitos’, donde participó Sofía Mulanovich. Luego hice toda la ruta de Caminos del Inca. Me enviaron a Toronto cuando se escogió a Lima como sede de los Panamericanos 2019”.



Tabla 4.1.2. Coberturas previas de relevancia

Periodista	# coberturas importantes	Nombre de cobertura/s	Año/s
Erick Osores	5	Campaña de Cienciano campeón de la Sudamericana y 4 finales de Champions League	2003, 2016, 2017, 2018, 2019
Richard de la Piedra	1	Copa América de Venezuela	2007
Diego Rebagliati	2	Gira de la Selección del Perú previa al Mundial en Miami y Nueva York: Perú vs. Croacia y Perú vs. Islandia	2018
Michael Succar	2	Inicio de la Eliminatoria rumbo a Rusia 2018: Colombia vs. Perú en Barranquilla y Uruguay vs. Perú en Montevideo	2015, 2016
Arturo León	3	Campeonato de Surf en Lobitos, Elección de Lima como sede de Panamericanos en Toronto, Caminos del Inca	2012, 2013, 2019
Pedro Canelo	3	Inter de Milán vs. Schalke 04 en Milán por Champions League, entrevista a Messi en su visita a Lima por el “Duelo	2011, 2013, 2014

		de Gigantes” y Mundial Brasil 2014.	
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

4.2. Rutinas laborales de los periodistas

4.2.1. Métodos de preparación y planificación

En lo que respecta a las actividades periodísticas necesarias para llevar una buena cobertura surgieron expresiones variadas. Sin embargo, sí existe un aspecto en el que la mayoría de entrevistados estuvieron de acuerdo. Dicho aspecto trata sobre la instrucción en base a la lectura sobre aspectos de todo tipo relacionados al evento (en este caso, Rusia 2018). Es decir, conocer temas geográficos, historias, análisis de los rivales, etc. tenía una importancia significativa.

“Obviamente hay que leer mucho sobre la ciudad a la que uno se dirige. En cada espacio debes ir contando las características de las ciudades y qué lugares turísticos eran los mejores. Además, saber cuántos peruanos habían llegado, etc. Saber del rival y armar una estrategia periodística. Prepararte si es que a Perú le tocaba pasar a siguiente ronda. Había que saber a qué ciudad probablemente podía dirigirse Perú de pasar la primera etapa”. (Richard de la Piedra)

Posturas similares y complementarias son señaladas por Succar y León.

“Leer mucho, claro que sí. Un poco de historia del fútbol y los acontecimientos de los mundiales. Además, debes saber contextualizar a quienes te escuchan sobre la ciudad en la que estás”. (Michael Succar)

Por su parte, Arturo León, periodista de El Comercio, reafirma dicha postura, pero mostrando temas más específicos que deben conocerse en el transcurso de la preparación:

“Debía saber cuándo fue el primer Mundial y qué equipo lo ganó. Vi varios videos y leí un libro sobre Perú en los mundiales de Yrigoyen”. “Sabía que debía estudiar Saransk, Ekaterimburgo y Sochi, pero principalmente investigué las historias de los jugadores. Quería saber de qué barrio era Aquino, Yotún, etc...”

La reflexión de Canelo es bastante interesante, pues se diferencia del resto con notoriedad. Hace referencia a un aspecto muy importante en toda preparación, pero que en ocasiones no se le da el valor que le corresponde.

Habló de la importancia de habituarse con el ejercicio físico para combatir el cansancio en el rodaje de la cobertura: “Repasé esquemas tácticos de los equipos y me

ejercité bastante. Para Rusia 2018 ya había adoptado el hábito de salir a correr entre 10-20 kilómetros constantemente. Por eso la cobertura fue más sencilla”.

En cambio, Erick Osoreo posee una visión más simplista sobre la preparación específica para dicho Mundial:

“En América, la gente que viajó fue con la consigna de tener la cobertura futbolística de Perú y todo el color posible para el hincha”. “Más que una preparación, fue echar mano de la experiencia. Subíamos a los buses y conversábamos con la gente”.

La óptica de Rebagliati es, seguramente, la más diferenciada a las demás sobre el tema abordado:

“Hay un error en pensar que uno debe prepararse para situaciones particulares. Yo creo que cuando uno está en los medios tiene una responsabilidad de prepararse todos los días”. “Se trata de estar permanentemente informándose de lo que pasa. Entonces, el llegar preparado a un Mundial no es porque pensaste que a partir de tal día te ibas a poner a estudiar. Es algo que se va haciendo y logrando día a día”.

Tabla 4.2.1. Rutinas de preparación

Tipos de preparación previa	Descripción
<u>Instrucción histórica</u>	Lectura de libros de Mundiales, historia de ciudades, lugares turísticos principales, historia de estadios, etc. Conocimiento de las historias de cada jugador de Perú (barrio, colegio, inicios en el fútbol, etc.) y distancia entre ciudades.
<u>Datos de actualidad</u>	Lesionados, aforo de estadios, número de peruanos residentes en Rusia, número de hinchas viajeros, constante información, etc.
<u>Análisis futbolístico</u>	Análisis táctico de las selecciones de fútbol.
<u>Preparación física</u>	Ejercicio constante de todo tipo un tiempo previo al inicio de la cobertura.

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Metas y motivaciones futuras

Evidentemente existe una tendencia sobre lo que significa mantenerse y consolidarse en el medio como motivación. Además, lo que significa disfrutar la profesión a partir de esa consolidación. Así lo expresaron tres de los entrevistados.

“Si hoy soy conductor de ‘*Fútbol en América*’ te diría que mi meta es seguir consolidándome. Si sigo siendo responsable del tema de la producción periodística en el canal, mi meta cada día es sacarle mejor provecho al cargo”. (Richard de la Piedra)

“Mi meta es seguir disfrutando mi profesión. Mi meta es que nunca se vaya la motivación, entusiasmo y ganas. Estar cerca de la Selección peruana ayuda mucho en eso”. (Michael Succar)

“He logrado obtener un espacio en *RPP* y *Movistar*. No ha sido fácil y no es sencillo mantenerse vigente ante generaciones y gente nueva que va llegando con muchas ganas. Mantenerme vigente ante eso es mi motivación”. (Diego Rebagliati)

Sin embargo, el periodista de *Movistar* mencionó sentirse motivado con el hecho de ganar más experiencia en el ámbito de las entrevistas. “En términos y cuestiones nuevas estoy tratando de incursionar en el mundo de las entrevistas. Sobre todo a entrenadores, porque considero que tienen una riqueza y gran entendimiento del fútbol”. (Diego Rebagliati)

El resto de periodistas indicó tener nuevos proyectos en mente como motivaciones en un futuro.

“Me gustaría transmitir partidos de Copa Libertadores. Ojalá pronto *ESPN* abra una señal peruana para eso. Tengo un reto personal: independizarme. No había tenido hasta la fecha mi propio programa y eso es una deuda pendiente”. (Erick Osoros)

Por su parte, Arturo León se motiva con desarrollar coberturas de los deportes que más lo apasionan en general; además, la creación de una web que contenga temas de su propio interés:

“Me gustaría cubrir una final de NBA. Me encantaría ir a las finales de todos los deportes que me gustan. Por ejemplo, final de Grand Slam, Superbowl, Tour de France, etc.”. “Me gustaría hacer una web sobre algo. Como me volví muy experto en web de El Comercio, en mis últimos años siempre me quedaron algunos temas pendientes”.

A diferencia de los demás, el proyecto personal y motivador de Pedro Canelo va por un lado narrativo y literario. “Me gustaría escribir sobre todo lo que he vivido en los mundiales. Hacer un libro o un especial digital”.

4.3. Actitudes y posturas de los periodistas con respecto a las barras peruanas en Rusia 2018

4.3.1. Menciones sobre las barras

Los entrevistados durante su estadía en Rusia tuvieron la oportunidad de observar de cerca y, en algunos casos, interactuar con las barras peruanas que se dieron cita en Rusia en junio del 2018. La afición peruana obtuvo el premio “*The Best*” otorgado por la FIFA, en el cual se les reconoció como la mejor hinchada del Mundial. Los periodistas entrevistados no fueron ajenos a los buenos comentarios. Las menciones hacia estos sectores de hinchas fueron siempre positivas y el accionar de estos durante la competición lo catalogaron de admirable, emotivo, generador de lágrimas, increíble, etc. Según las declaraciones, puede señalarse que los seis periodistas coincidieron en gran parte con respecto al tema en cuestión.

La ciudad rusa de Saransk, según lo evidencian las entrevistas, fue donde se dio la más grande demostración de las barras peruanas.

“Para mí, lo de Saransk no lo vuelvo a vivir más. Fue una congregación extraordinaria de peruanos que hizo muchísimo ruido en el Mundial. La gente se organizó, se endeudó y estoy seguro que todos los que fueron tuvieron el boleto pagado”. (Erick Osores)

Al igual que su compañero de *América TV*, de la Piedra señaló lo siguiente:

“Lo que viví en Saransk en el debut contra Dinamarca creo que no lo voy a vivir nunca más en mi vida. Fue inolvidable. Me generó orgullo y me hizo botar lágrimas, porque te encontrabas con toda la gente de tu propia tierra en un lugar muy lejano”.

Rebagliati y Canelo siguieron por la misma línea, resaltando la importancia de lo ocurrido en Saransk.

“En Saransk fue impresionante lo de la barra, porque Perú invadió Saransk. De las 60 mil personas que había en el estadio, 59 mil eran peruanos y mil eran daneses. Ese día del partido contra Dinamarca fue muy conmovedor e impresionante”. (Diego Rebagliati)

“Me tocó hacer una crónica de la marea peruana que caminó más de tres kilómetros desde el centro de Saransk hasta el estadio Mordovia. Me excedió la emoción. En la crónica lo señalaba como

algo que hace diez años era inimaginable, pero ahora tenemos una cultura de aliento a la Selección”. (Pedro Canelo)

Lo sorprendente de las barras cara al mundo también fue tocado por dos de los periodistas.

“No es que Perú impactó de local. Perú impactó de visita a miles de kilómetros de distancia. Les tengo mucha admiración y gratitud a las barras porque son parte importante de que el hincha peruano se haya dado cuenta que a la Selección se le debe apoyar siempre”. (Michael Succar)

“Impactamos de cara al mundo. Conversé con algunos rusos que quedaron impactados por las barras peruanas. Conversábamos en inglés y me dijo lo increíble que le parecieron las barras peruanas”. “La gente peruana era alucinante. Estaban organizados y por todos lados. Hacían mucha bulla y estaban muy contentos”. (Arturo León)

Tabla 4.3.1. Tipos y números de menciones sobre las barras

Periodista	Mención: POSITIVA y/o NEGATIVA	Número de menciones POSITIVAS y/o NEGATIVAS
Erick Osores	Positiva	7
Richard de la Piedra	Positiva	6
Diego Rebagliati	Positiva	5
Michael Succar	Positiva	13
Arturo León	Positiva	7
Pedro Canelo	Positiva y negativa	5 y 1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.3.1.1. Atributos principales de las barras según los periodistas

Principales atributos positivos de las barras según los periodistas
1. Admirable
2. Emotivo
3. Increíble
4. Inolvidable
5. Generador de orgullo
6. Llamativo a nivel mundial
7. Etc.

Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Menciones de los periodistas sobre los cánticos representativos del Perú en el Mundial

- Himno Nacional durante el Mundial y “*Contigo Perú*”

Ambos cánticos y sus respectivas entonaciones fueron señalados por los periodistas como emotivo, representativo, fuente de recuerdos, ansiedad, etc.

“Apenas entraba al estadio se escuchaba el ‘*Contigo Perú*’. Recordaba a mi familia, música criolla... Cuando subía las escaleras para llegar al estadio comenzó a sonar el Himno Nacional y se me salieron las lágrimas por la emoción”. (Richard de la Piedra)

“Me pone la piel de gallina. El Himno Nacional es una de las cosas más bonitas de los partidos de Perú. Yo bajo el micro y canto el himno. Me genera mucha emoción”. (Michael Succar)

Algunos entrevistados mostraron posturas neutrales con respecto al momento en el que se entonó el Himno Nacional en los partidos del Mundial.

La razón se basó en la imposibilidad de perder de vista ciertos detalles que conforman parte de la labor periodística, los cuales acontecen mientras se cantan los himnos y requiere la atención del periodista. Sin embargo, sí mostraron más su lado humano con respecto al “*Contigo Perú*”.

“Me tocó justo entrar cuando estaban poniendo la canción de ‘Contigo Perú’, la gente estaba llorando y ahí también caí en cuenta”. “Todos la cantaron a voz en cuello y las imágenes demostraron que así fue. Fue emocionante, fue el broche de oro para la pasión peruana”. “En el momento del himno yo estaba pensando en el partido. Los equipos estaban ya en la cancha y mi óptica no es la del hincha común. Miraba cómo estaba el rival”. (Erick Osores)

Rebagliati optó por una postura similar:

“En el primer partido, 50 minutos antes, cuando los jugadores salían a calentar, nos sorprendió que sonara esa canción. Fue muy emocionante y conmovedor. Fue uno de los momentos más conmovedores”. “El himno claro que emociona, pero está la ansiedad en el caso del que no va como hincha, sino a trabajar. Yo estaba yendo a comentar el partido. Tenía que procesar rápido lo emotivo”.

“Reconozco en algún momento de esta marcha impresionante de peruanos se cantó a capela el ‘Contigo Perú’. En ese momento te erizaba la piel. Reconozco que me quebré un poco al grabar a la gente que cantaba el ‘Contigo Perú’. “Lo del himno fue emotivo, pero prefiero hablar de los jugadores. Este equipo realmente contagia”. (Pedro Canelo)

“Siento mucha emoción. Es raro que se junten 40 mil personas en un estadio y que todos canten. Todo por algo que viéndolo filosóficamente puede ser banal. Entonces, que paguen una entrada y canten lo representativo del Perú emociona”. (Arturo León)

Tabla 4.3.2. Valoraciones sobre cánticos representativos peruanos durante el Mundial según los periodistas

Periodista	Himno Nacional		“Contigo Perú”	
	Postura	# valoraciones	Postura	# valoraciones
Erick Osóres	Neutral	-	A favor	4
Richard de la Piedra	A favor	2	A favor	2
Diego Rebagliati	Neutral	-	A favor	3
Michael Succar	A favor	7	A favor	1
Arturo León	A favor	4	Neutral	-
Pedro Canelo	Neutral	-	A favor	6

Fuente: Elaboración propia

4.4. Menciones sobre el desempeño de la Selección peruana durante el Mundial

4.4.1. Adjetivaciones empleadas:

Las adjetivaciones que emplearon los periodistas para referirse a la actuación del equipo peruano en el Mundial fueron positivas y negativas. Se resaltaron diversas cuestiones positivas que siguieron su curso durante el Mundial, pero que ya habían comenzado a darse desde la etapa previa al mando de Ricardo Gareca. Sin embargo, lo negativo se señaló, pero no a modo de crítica o reproche. Las críticas no pasaron únicamente por las decisiones tomadas por los jugadores, sino también por algunas decisiones del entrenador.

Los adjetivos que se hallaron en referencia al equipo fueron en mayor medida positivas. Mencionaron a Perú como un equipo noble, de buen juego, respetuoso de una idea de juego, equipo que apuesta por jugar, toque rápido, etc. En todo ello los entrevistados coincidieron.

El mantenimiento de la identidad de juego es una valoración que los periodistas resaltaron del equipo.

“Perú no perdió la identidad que ganó con Gareca. Siguió el sistema que terminó usando en la Eliminatoria, entendiendo que primero debía defenderse y luego tirar el poderío ofensivo a los experimentados de arriba”. (Richard de la Piedra)

“Lo más importante fue que el equipo mantuvo la estructura de juego que lo llevó al Mundial. Fue capaz de ser un equipo fiel a sí mismo. Cuando superó a los rivales lo hizo a través del juego por banda, circuitos a través de Cueva o Yotún, proyección de laterales, etc. Supo defender cuando le tocó hacerlo y fue competitivo”. (Diego Rebagliati)

“Fue competitivo en los tres partidos. Perú discutió la clasificación futbolísticamente frente a equipos tal vez más importantes en lo individual. Perú no perdió su esencia. En base a sus propias ideas hizo lo que había logrado en muchos partidos: generar más chances de gol que el rival, quitarle la pelota, tener juego con movilidad, precisión y atrevimiento”. (Michael Succar)

Una tendencia hallada con respecto a algo que puede considerarse negativo o que perjudicó al equipo de cierta manera es el factor de la experiencia en mundiales.

“Si me piden una explicación de por qué Perú perdió ante Dinamarca, diría que es absolutamente por un tema de experiencia. Un Cueva con más experiencia convertía ese penal. Un Guerrero con cabeza más calmada convertía ese taco”. “El error de Perú contra Dinamarca fue una pelota perdida en salida. Es un tema que nos afectó en momentos claves”. (Richard de la Piedra)

“Creo que nos faltó experiencia en los mundiales. A todos, en realidad. Incluyendo a Gareca. Creo que nos faltó esa cuota de fortuna que sí tuvimos en la última parte de la Eliminatoria”. (Diego Rebagliati)

Osores y León coincidieron con los demás en resaltar diversas características positivas del juego peruano. Sin embargo, sus críticas o comentarios negativos pasaban por algunas decisiones técnicas en momentos puntuales.

“Fuimos un equipo noble, ofensivo, de buen juego. Creo que el equipo llegaba con mucha confianza, más de la que tuvo en la Eliminatoria”. “Siento que Perú en el partido ante Dinamarca se desboca, se va con todo en busca del gol. Entonces, lo vas a buscar y creo que se descuida. El gol que nos hacen fue un cúmulo de errores”. “Algo para criticar podría ser el penal de Cueva. Creo que el penal era para Farfán, eso nadie me lo quita de la cabeza”. (Erick Osores)

Por su parte, León señaló lo siguiente:

“Perú, al menos en el primer tiempo, estaba jugando como esos quince partidos previos sin perder que tuvo. Tenía la característica del buen juego y al ras del piso. Tenía toque rápido y daba más de tres pases seguidos”. “Lo negativo me pareció que Farfán no iniciara contra Francia. Esa vez inició Guerrero. A mí me gustaba más cómo se movía el equipo con Farfán, al menos en ese momento”.

El factor anímico y el estado físico en el que llegaron los jugadores fueron valorados positivamente.

“Perú llegó en un buen nivel físico y anímico. Contra Dinamarca hubo unos veinte minutos muy buenos. Perú dominó, pero luego el partido se emparejó. Perú hizo un Mundial parejo donde lo que más me gustó fue el estado físico y la intensidad para marcar y presionar a nivel de disciplina táctica. Me gustaron las variantes que tuvo en ataque como los disparos fuera del área. No le reprocho nada a nadie. Creo que Perú ha mejorado mucho mentalmente”. (Pedro Canelo)

Tabla 4.4. Tipos y número de menciones del accionar del equipo peruano según los periodistas

Periodista	Mención: POSITIVA y/o NEGATIVA	Número de menciones POSITIVAS y/o NEGATIVAS
Erick Osores	Positiva y negativa	5 / 5
Richard de la Piedra	Positiva y negativa	10 / 10
Diego Rebagliati	Positiva y negativa	17 / 6
Michael Succar	Positiva y negativa	15 / 9
Arturo León	Positiva y negativa	11 / 4
Pedro Canelo	Positiva y negativa	7 / 1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.4.1. Adjetivaciones positivas y negativas del accionar del equipo peruano según los periodistas

Principales atributos positivos del equipo según los periodistas	Principales atributos negativos del equipo según los periodistas
1. Buen estado físico	1. Poca experiencia
2. Buen estado anímico	2. Desesperación
3. Confianza en sí mismo	3. Equipo “desbocado” (ante Dinamarca)
4. Respetuoso de su idea de juego	4. Falta de precisión
5. Ofensivo	5. Errores en salida
6. Toque al ras	
7. Mentalidad ganadora	

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Experimentación sobre la derrota

La tristeza fue un común denominador entre los entrevistados. Sin embargo, todos quedaron con una sensación positiva y optimista de cara al futuro según lo mostrado por el equipo futbolísticamente. No hubo una decepción en ese sentido.

Para uno de los entrevistados, la participación peruana fue tomada como algo muy valioso en su propia vida, pues tras muchos años de fracasos rondaba el pensamiento de no volver a ver a Perú en un Mundial. Por tal motivo, la presentación del 2018 fue valorada por las diversas cuestiones ya mencionadas.

“Para mí el jugar el Mundial y vivirlo como nos tocó fue un regalo. Lo tomé como una bendición y mucho agradecimiento. El nivel de decepción no fue tan grande”. (Diego Rebagliati)

La tristeza se experimentó con mayor fuerza en algunos casos. Además, existía el pensamiento sobre todo el esfuerzo que hizo la multitud peruana en viajar hasta Rusia.

“Me dolió muchísimo. Tenía mucha ilusión de que Perú clasifique. Sentía que era justo y que nos había faltado esa pizca de suerte”. “Todo lo que habíamos esperado por ir a un Mundial. Además, nuestras familias en Lima estaban contentas por nosotros de haber podido cumplir el sueño de ir al Mundial como periodistas y saber que había muchos peruanos detrás de esto terminó siendo una suma de sensaciones que me golpearon y quebraron”. (Michael Succar)

“Por la derrota estuve triste, al igual que todos. Ver la cara de los colegas daba pena. Por ahí le quitaba un poco el sentido al último partido. Uno piensa en toda la gente que viajó y da pena. Pensaba en los jugadores y la manera en la que se pudieron sentir”. (Arturo León)

“En ‘caliente’ da pena que el equipo no haya podido avanzar un poco más. Perú dejó la sensación de que podía sobre todo en el arranque del partido contra Dinamarca”. (Pedro Canelo)

“Lo que más me dolió fue lo pronto que Perú se fue del Mundial. Perú jugó un sábado contra Dinamarca y un martes contra Francia. Entonces, a Perú le duró la ilusión sábado, domingo, lunes y martes. Creo que eso fue lo que más me dolió. Se le acabó el Mundial en dos fechas. Creo que ese equipo al menos merecía llegar al último partido peleando una clasificación”. (Richard de la Piedra)



CONCLUSIONES

La presente investigación se propuso realizar un estudio donde se demuestren las valoraciones de periodistas deportivos sobre el accionar del equipo peruano y las barras peruanas durante el último Mundial. Además, se evaluarán las rutinas laborales de los mismos previamente y durante la cobertura del evento. El contexto escogido fue el Mundial Rusia 2018 por la importancia que tuvo para el Perú en general. El análisis se realizó luego de una serie de entrevistas donde quedaron plasmados los perfiles periodísticos y las cuestiones ya mencionadas. La segunda fase de dicho análisis consistió en la anexión de las declaraciones con las teorías y conceptos abordados inicialmente en el marco teórico. Sin embargo, cabe recalcar que, con sus declaraciones, algunos periodistas refutaron lo que dictan las teorías de ciertos autores.

- **Valoraciones periodísticas experimentadas durante el contexto mundialista de Rusia 2018: accionar del equipo, barras peruanas, imparcialidad periodística, emotividad, rutinas laborales**

Inicialmente, existía la preocupación con respecto a la independencia de los periodistas con respecto a sus emociones. Es decir, en este caso, que los periodistas pudieran perder de vista detalles importantes de su trabajo por cuestiones emotivas que adornaron el ambiente a favor de la Selección peruana. Incluso, era posible que se produzcan vanaglorias de los periodistas con respecto al accionar del equipo peruano por el hecho de poseer aquella nacionalidad. Aquello remite al concepto de la “imparcialidad” en el periodismo. Más adelante, aquellas cuestiones se tocarán con mayor precisión al analizar los cánticos representativos del Perú como “*Contigo Perú*” y el Himno Nacional entonados por los miles de fanáticos peruanos que asistieron a Rusia.

A modo general, se concluyó que la experiencia para los periodistas fue positiva en todo aspecto. A pesar de la decepción de no haber clasificado a los octavos de final, existieron otros factores que dejaron buenas sensaciones y valoraciones en los periodistas finalizada la cobertura. Es decir, haciendo un balance general, las valoraciones positivas predominaron con respecto a las negativas.

Los periodistas lograron colmar sus expectativas propias sobre una oportunidad única hasta ese entonces: cubrir a la Selección Peruana en un Mundial por primera vez en sus carreras. Las valoraciones, por lo general, fueron positivas sumando el ambiente recreado por la afición peruana en las calles de Rusia y lo que propuso el equipo en el campo de juego. El comportamiento de la hinchada tanto dentro como fuera de los estadios marcó a los periodistas de manera significativa, ya que influyeron en el tema sentimental y de patriotismo. Sin embargo, a pesar de aquella emoción, se concluyó que algunos periodistas dividieron el espacio para la emotividad en momentos de trabajo y momentos libres. Algo similar se concluye a través de las declaraciones de los periodistas sobre el Himno Nacional y el popular “*Contigo Perú*”, los cuales fueron componentes importantes de la pasión peruana que colmó Rusia en junio del 2018.

Por último, las conclusiones obtenidas sobre el accionar del equipo peruano son positivas. A pesar de que los entrevistados señalaron algunos errores y puntos a corregir, en el último análisis quedó en ellos una sensación favorable, pues la Selección Peruana desarrolló acorde a sus expectativas.

- **Perfiles periodísticos**

Las entrevistas realizadas presentan la trayectoria laboral en el campo periodístico de cada uno de los seleccionados. Dichos medios que componen sus respectivas trayectorias forman parte del perfil de cada uno, pues la permanencia en un medio determinado por un corto o largo tiempo contribuye a la formación de cada uno.

Aquellos hallazgos muestran que la trayectoria de los periodistas ha sido cambiante en los años dedicados a su labor. El criterio de aquel trayecto cambiante surge a partir de la búsqueda de un progreso profesional por parte de los periodistas. Tal como ellos lo señalan y lo muestran las tablas, han pasado de medios de menor rango hasta llegar a los prestigiosos canales en los cuales laboran en la actualidad. Algunos de ellos comenzaron como practicantes o invitados en algunos programas donde no recibían un sueldo, pero obtuvieron así sus primeras experiencias. En otros casos, programas de radio hoy inexistentes u obsoletos comenzaron la formación de algunos de los periodistas.

Sin embargo, el paso del tiempo los llevaría hasta los medios más importantes del país, en los cuales permanecen. En tal caso, también existió una motivación por parte de los periodistas en momentos determinados para trasladarse a otro trabajo de mayor rango.

El segmento del perfil puede relacionarse con los entornos y estados motivadores que propone Maslow. Ante ello, Maslow señala que los seres humanos experimentan satisfacción solo por un corto tiempo. Por lo tanto, luego de aquella etapa busca una solución ante esa especie “aburrimento” que experimenta. Aquellas experiencias del ser humano son vistas por Maslow como la subida de escalones durante la vida humana, pues con el tiempo surgen nuevas metas.

En conclusión, guarda lógica con la proposición de Maslow. Esto se debe a que, en este caso, los periodistas entrevistados han ido pasando de un medio a otro. Los programas en los que trabajaron en sus inicios dejaron de gozar de prestigio desde hace mucho tiempo e incluso algunos han desaparecido con el paso de los años. Sin embargo, el paso y la experiencia adquirida en aquellos canales ya obsoletos desembocaron, finalmente, en medios de comunicación de alto prestigio en el país. De tal manera, al ser periodistas, existe la motivación de obtener mayor popularidad y ser escuchados por un mayor número de personas. Aquello va de la mano con los medios de comunicación, ya que el paso hacia un canal de mayor prestigio supone el hecho de tener una audiencia más grande.

Sin embargo, la teoría motivacional de Maslow no debe considerarse definitiva del todo. Se considera probable que el ser humano al vivir experiencias repetitivas caiga en un vacío y que el pensamiento sugiera un cambio. A pesar de ello, existen ocasiones en que la psicología humana opta por la permanencia en determinado lugar a pesar del tiempo. Para ello, existen distintos factores a tomarse en cuenta para determinar el porqué de una motivación hacia el cambio.

El trabajo dentro de un medio de comunicación implica varios temas que entran en juego. Por un lado, existe el tema salarial, el cual para muchos periodistas puede representar una comodidad y un buen ingreso (o al menos suficiente) para vivir como ellos deseen. En tal caso, la situación agradable no permite que el periodista se motive en la búsqueda de algo mejor.

Por otro lado, la “química” que pueda experimentar el periodista en su ambiente laboral es de vital importancia para tomar alguna decisión de cara al futuro. El buen entendimiento con los compañeros o los directores de los canales es un condicionante relevante para el análisis sobre la búsqueda de algo nuevo. Gozar de un trato amable y disfrutar de los compañeros que uno tiene en determinado lugar, puede que convierta esa labor en la ideal. Por lo tanto, el periodista buscará permanecer ahí por un largo tiempo.

Además de la motivación que conlleva el cambio, los periodistas destacaron sus primeros años de trayectoria. Los señalaron como significativas, pues aquellos primeros años de formación los nutrieron de experiencias. De esa manera, se puede concluir que las participaciones en radio y programas de menor trascendencia sirvieron como herramientas para fortalecer la labor que tienen en la actualidad. El hecho de poder “dominar” al micrófono y poder articular frases y comentarios para un público ayuda a la pérdida del temor inicial que es habitual. Sin embargo, se concluye que la parte más valorada de las trayectorias de los periodistas es la que han desempeñado a través de los años en sus medios actuales (*Movistar, América TV y El Comercio*). Aquella conclusión se debe a la importancia que los periodistas le han dado a las coberturas que han realizado para estos medios. Las consideran como las más significativas de sus carreras y cada una de ellas encierra alguna relevancia personal para ellos. En ese sentido, dichas experiencias los hicieron convertirse en periodistas deportivos de mayor reconocimiento y aportaron para su crecimiento laboral.

- **Sobre rutinas laborales y motivaciones futuras**

Los hallazgos obtenidos tanto para las rutinas laborales y motivaciones independientemente de cada periodista fueron variados. Tal y como se muestra en la tabla 4.2.1, las rutinas y preparaciones para cubrir adecuadamente una Copa del Mundo van desde la instrucción histórica a través del conocimiento de datos y lectura hasta la relevancia de una buena preparación física. Cabe resaltar la importancia de la preparación física, pues pocas veces esta es analizada y se priorizan otros tipos de preparación. No es algo que únicamente abarque los discursos emitidos y el aspecto comunicacional en general.

En tal sentido, se puede concluir que la mayoría de los periodistas analizados tienen arraigada la cualidad de “recolector” señalada por Lozano (2007), ya que cumplieron con informarse sobre los diversos factores que acontecieron alrededor del Mundial y fueron capaces de transmitirlo al público. De ese modo hicieron una mejor labor y más completa, pues entendieron como contextualizar al televidente sobre los lugares de transmisión. Todo ello, además del análisis deportivo, significó un enriquecimiento de la cobertura periodística.

Según se ha señalado, los hábitos y preparaciones previas de los periodistas mencionados pueden abordarse a partir del texto de José Carlos Lozano (2007). El autor estudia al periodista desde sus propias actitudes, orientaciones y valores profesionales, en lugar de lo que los medios imponen a sus trabajadores. En este caso, dicho análisis puede aplicarse a ciertos valores o hábitos adoptados por los periodistas que pueden ser considerados profesionales, pues son de bastante utilidad para el correcto desarrollo de sus labores. En este caso, para fortalecer y enriquecer la labor que se les encomendó: cubrir el Mundial Rusia 2018.

Lozano (2007) establece un análisis más específico de la labor del periodista. Lozano señala una serie de procesos necesarios para recopilar datos de información y el análisis respectivo del periodista. Esto puede anexarse con la importancia del conocimiento de datos de actualidad sobre el ámbito deportivo y sobre el lugar en el que se lleva a cabo una cobertura. Es decir, es necesario, en este caso, conocer los lugares turísticos e históricos de las ciudades rusas y saber orientar en ello a los televidentes. Por lo tanto, el deseo de transmitir argumentos sobre ello implica seguir alguna rutina de trabajo que proporcione una instrucción y preparación previa sobre la materia que se planea tratar en la cobertura. De igual manera, con respecto a lo deportivo, pues cada día surgen noticias de los equipos que compiten en el torneo. Entonces, Lozano da el rótulo de “cazador” al periodista, haciendo referencia a su atención sobre cualquier hecho que pueda aparecer para luego ser informado a la audiencia.

Por otro lado, el “enfoque interdisciplinario” propuesto por Lozano (2007) puede aplicarse en las rutinas laborales de los periodistas analizados. La interdisciplinariedad hace referencia al entendimiento que debe tener un periodista sobre campos distintos a los que en el momento está analizando.

Es decir, conocer temas sobre economía, política y demás, pues los datos que brindan aquellas disciplinas pueden enriquecer la labor periodística. En dicho enfoque, Lozano presenta una crítica de Moragas, quien señala que tanto medios de comunicación como periodistas no realizan investigaciones previas para reflexionar acerca de un determinado problema o acontecimiento.

Sin embargo, la crítica de Miquel de Moragas es refutada, al menos en un porcentaje, por lo hallado en las entrevistas. Esto se debe a que la mayor parte de los periodistas entrevistados sí le dieron valor a la adquisición de conocimiento de otras áreas o temas ajenos al periodismo deportivo. Así lo mencionaron los periodistas, pues resaltan el hecho de conocer datos de ciudades, número de fanáticos viajeros de cada país, historia de la Plaza Roja de Moscú, nombre e historia del distrito en el que se hospedó la Selección peruana, etc. Algunos de los periodistas demostraron, a través de las entrevistas, saber sobre aquellas cuestiones, afirmando así que sí habían realizado trabajos de investigación sobre ello.

En cambio, otra parte de los entrevistados se dedicó a otro tipo de trabajos igual de válidos con respecto a la preparación, pero no necesariamente sobre una instrucción interdisciplinaria. En conclusión, podría señalarse, teniendo como muestra principal a los entrevistados, que la mayoría de periodistas deportivos peruanos pertenecientes a medios prestigiosos suelen hacer investigaciones sobre otros campos para darle más amplitud a una cobertura. En ese sentido, igualmente puede concluirse que la proposición de Moragas tiene una validez parcial, mas no completa.

El tema de la interdisciplinaria se ha convertido en algo fundamental para la época. El pasar de los años y la llegada de la era digital han cambiado de manera significativa la puesta en práctica del periodismo. Anteriormente, la emisión de una cobertura quedaba restringida al tema principal, pues no había tantos recursos como hoy para investigar sobre otros aspectos en torno a él. En cambio, la actualidad exige algo más. La era digital contribuye en la ampliación de los conocimientos de cada encargado de la cobertura periodística y da mayor opción a la interdisciplinaria. Esa herramienta es indispensable en la labor impartida por cada quien, ya que es una fuente de información extensa utilizable para conocer el rubro político, económico, social, etc.

Con respecto a las motivaciones, algunos periodistas propusieron metas distintas de cara al futuro. Mencionaron tener deudas pendientes en el periodismo que les agradaría cumplir en un futuro. Sin embargo, otros comentaron sentirse bastante cómodos por diversos factores en sus respectivos medios de comunicación actuales. Por tal motivo, señalaron mantenerse motivados a pesar de permanecer por varios años sea en *América TV*, *Movistar* o *El Comercio*. Aquellos factores que motivan una permanencia prolongada tienen que ver con la “química” positiva entre los compañeros de trabajo y una buena relación con los dueños de los medios. Además, el hecho de permanecer de una manera cercana a las actividades de la Selección Peruana es algo fundamental para que se mantenga la motivación.

Teniendo en cuenta aquellas reflexiones divididas, puede concluirse que lo propuesto por Maslow no es una especie de “ley universal”. En ese sentido, su teoría de “la satisfacción se disfruta únicamente por tiempos cortos” puede ser refutada por un sector de periodistas y afirmada por otros según sus declaraciones. Por ello, la proposición de Maslow es apoyada por aquellos periodistas que señalaron el deseo de independizarse en un futuro y tener un programa deportivo propio, poder escribir un libro con experiencias, crear páginas web con contenidos de su propio interés sin que el medio en el que trabajan los restrinja, etc. En cambio, es refutada por aquellos periodistas que sienten que, a pesar de los años, el medio en el que laboran es el ideal para permanecer por un tiempo mayor. Además, dan a entender que no han experimentado la sensación de haber cumplido todas las metas posibles en dicho canal; por lo tanto, no tienen una necesidad de cambiar de lugar a pesar de las consecuciones positivas y las satisfacciones ya obtenidas.

- **Sobre las barras y los cánticos representativos peruanos en Rusia 2018**

Las posturas y valoraciones de los periodistas hacia las barras fueron positivas. La razón por la cual los periodistas consideraron positiva la participación de las barras fue por lo llamativas que fueron a nivel mundial. Señalaron que algo que iba a ser recordado por siempre sobre el Mundial del 2018 sería la apasionada afición peruana, la cual dedicó todas sus fuerzas y pasión hacia el equipo peruano, mostrándose leal ante la adversidad de resultados y por lo numerosa que fue.

Finalmente, coronándose con un premio internacional y siendo reconocida como la mejor hinchada del Mundial, los periodistas catalogaron al espectáculo de los peruanos en Rusia como algo emotivo, deslumbrante a nivel mundial, admirable, etc. Fueron grupos de personas unidas por un sentimiento común y por una identificación con la patria y el equipo peruano. Habían hecho de alentar a Perú en los estadios un estilo de vida que les brinde una satisfacción propia.

Galindo (2009) ilustra lo sucedido con las barras peruanas en Rusia y es corroborado por las declaraciones de los periodistas. Según el autor, ubica a las barras peruanas como grupos creados y comunidades que han adoptado un modo de vida en torno a la Selección del Perú. Dicho modo de vida implica una organización, sentimiento, acompañamiento y pasión por dicho equipo, tal como lo hicieron las barras peruanas asistentes al Mundial 2018. En ese sentido, el señalamiento de Galindo (2009) sugiere que el fútbol peruano y, sobre todo, la Selección, son constructores de interacción y promueven la colaboración entre miembros de un determinado grupo, así como la competencia ante otros grupos.

Con respecto a los cánticos representativos del Perú que se dieron en el Mundial como “*Contigo Perú*” o el Himno Nacional, es importante enlazarlos con el tema de la imparcialidad en el periodismo. Lo señalado por los entrevistados guarda relación con el “enfoque positivista” al que hace referencia Lozano. Cuatro de los seis periodistas admitieron sentir una emotividad especial por el hecho de haber escuchado el Himno Nacional por primera vez en una Copa del Mundo. Sin embargo, los dos restantes, mencionaron su neutralidad hacia el himno en el momento en que se entonó.

Lozano (2007) identifica al periodista como un analista y observador activo e intrépido que está atento a todos los detalles que surgen en el momento, por más que la atención de la mayoría esté centrada en algo específicamente. De este modo, en este enfoque los sentimientos que puedan suscitarse pasan a segundo plano. Así, el periodista podrá cumplir con la neutralidad que su labor le exige. Este punto se ve reforzado por las “rutinas de trabajo” que propone Lozano, ya que señala que el periodista en todo momento es un cazador de noticias y su instinto periodístico lo hace estar pendiente de todo lo que pueda ocurrir.

- **Menciones sobre el accionar del equipo y la experimentación de derrota por parte de los periodistas**

Luego de más de tres décadas, las características positivas aparecieron nuevamente en el juego de la Selección peruana y los periodistas las valoraron durante las entrevistas. Mencionaron y describieron las características mostradas por Perú en el Mundial con satisfacción.

Las características que destacaron los periodistas sobre el accionar del equipo peruano durante el Mundial pueden analizarse a partir de la “*Teoría del aprendizaje social*” de Albert Bandura (1982).

En aquella teoría, el autor señala que los individuos aprenden conductas costumbres a lo largo de sus vidas mediante la interacción con otros. En cierta medida, pueden considerarse como enseñanzas que pasan de generación en generación y que se van aplicando en el desarrollo de la vida misma. En este caso, el fútbol y el deporte en general es un generador de costumbres y de gustos transmitidos. Años tras año se recuerda a los futbolistas peruanos como jugadores con técnica y habilidad. Aquellas características han sido comentadas por varios años mostrando videos de jugadores como Cubillas, Sotil, Chale, etc. Es decir, la cultura futbolística peruana ha adoptado esas características como propias y que definen a los jugadores de este país. Incluso, esas características del jugador peruano son resaltadas por la prensa internacional y jugadores o entrenadores de otras selecciones.

De esa manera, se concluye que una persona de nacionalidad peruana va creciendo formándose dicha idea sobre el fútbol peruano. Además, son características positivas en lo que refiere al juego. Por lo tanto, son admiradas, aprobadas e interiorizadas desde el inicio.

La temprana eliminación de la Selección Peruana en el Mundial 2018 permitió a los periodistas experimentar las derrotas de manera distinta.

Bien hace Galindo (1982) en señalar que las derrotas y victorias de un equipo de fútbol son capaces de ingresar a esferas que van más allá de un solo partido. Es decir, en ocasiones de estos resultados dependen los estados de ánimo de los fanáticos y de quienes se construyeron un estilo de vida en torno al fútbol.

Por su parte, los periodistas tienen la responsabilidad de ver los partidos con una óptica distinta a la del hincha común, pues es parte de su trabajo. Sin embargo, las entrevistas afirman que los malos resultados obtenidos por la Selección peruana fueron capaces de generar grandes y leves estados de tristeza, dependiendo del caso de cada periodista.

De igual manera con los fanáticos asistentes. Los periodistas mencionaron la alegría con la que comenzaron su paso por tierras rusas, principalmente lo vivido en Saransk, ciudad donde Perú enfrentó a Dinamarca en el primer partido.

Reconocieron a los hinchas como alegres, motivados y entusiasmados por seguir a la Selección peruana hasta un lugar tan lejano. Sin embargo, luego de conocer el resultado de dicho partido se notó claramente la tristeza de aquellos fanáticos.

En conclusión, se pudo notar que el partido que más marcó a los periodistas con respecto al accionar del equipo y la experimentación de la derrota fue el Perú versus Dinamarca. En aquel encuentro existió una gran expectativa en el Perú en general, no solo por parte de los periodistas. Aquel compromiso ante la Selección Danesa resultaba clave para definir las posibilidades peruanas de acceder a los octavos de final. Había expectativa por el momento positivo del Perú y por todas las características buenas que señalaron los periodistas sobre el equipo. A pesar de ello, Dinamarca obtuvo el triunfo, generando así decepción y tristeza en los periodistas. Constantemente los entrevistados señalaban este partido, ya que en la previa los fanáticos construyeron un gran ambiente y en el rodaje del partido Perú desplegó un buen fútbol colectivo con el cual supo superar y dominar a su rival. Entonces, se concluye que el dolor experimentado incrementa luego de que se haya dado una derrota peruana, a pesar de haber jugado un mejor partido que Dinamarca. Es decir, existió una especie de “injusticia” al no haber conseguido el triunfo en aquella oportunidad. Sin duda, eso generó tristeza.

La imparcialidad en el periodismo siempre será necesaria, pero no se debe olvidar el lado humano. El periodista, al igual que todos, es una persona que se ilusionó con el retorno de su selección a un Mundial después de tanto tiempo. Por eso, a pesar de mantener la imparcialidad y serenidad en los momentos más complicados, es casi imposible poderle arrancar todos los sentimientos que el fútbol le pueda generar. Fuera

de cámaras, puede realmente contar sobre la decepción que tuvo por la eliminación temprana.

- **Reflexiones finales**

Los hallazgos permitieron conocer los modos en los que los periodistas se prepararon para llevar a cabo la cobertura de un Mundial. Además, analizarlos a partir de sus historias de vida y trayectorias laborales en los diversos medios de comunicación. Aquellas comparaciones sirvieron para determinar la formación periodística que tuvieron a lo largo de los años y tener conocimiento de las experiencias que los fortalecieron.

Es de aquella suma de experiencias que se desprende el hecho de ser solicitados por medios más prestigiosos y ser encomendados para hacer la cobertura de un Mundial.

El Mundial Rusia 2018 tuvo un significado bastante especial para el periodismo deportivo peruano. Como se ha repetido a lo largo de la investigación, esta fue una oportunidad única y nueva para todos los periodistas contemporáneos. Por ello, obtener el conocimiento de lo realizado por ellos es importante. De igual manera, cómo experimentaron el tan controversial tema de la “imparcialidad periodística” aplicada a un género tan particular y pasional como es el fútbol.

El actual estudio se basó principalmente en la prensa televisiva, pues se escogió a *Movistar* y *América TV*. Por el lado de *El Comercio*, la tecnología y la era digital lo favorecieron en el sentido en que sus periodistas pudieron hacer enlaces en vivo desde Rusia para todo el Perú a través de la página web. Por tal motivo, tuvo muchos puntos en común con lo realizado por los otros dos medios.

Al ser, en este caso, una mayoría lo tratado en canales de televisión, una investigación futura podría centrarse en el análisis de la prensa deportiva escrita en el Perú. Claro está, teniendo como base la cobertura escrita de las Eliminatorias rumbo a Rusia 2018 y al Mundial en sí mismo. Dicho análisis de contenidos podría abarcar periódicos que gozan de popularidad en el Perú. Por ejemplo; *Depor*, *Líbero*, *El Bocón*, *Todosport*, etc. Todos esos diarios cuentan con números elevados de lectores, pero siguen siendo criticados en el país por algunas notas o titulares.

Aquellos diarios han sido señalados como enaltecedores de equipos peruanos y de la Selección y de anunciar noticias falsas en determinados momentos. Por lo tanto, esta propuesta de investigación tendría como metodología las entrevistas respectivas con los periodistas encargados de las notas y el análisis del contenido de estas en sí mismos. De aquella manera, se podrá contrastar lo que realmente puedan sentir con aquello que plasman en el papel. Así se demostrará si existe una correlación entre ambas partes o si hay diferencias entre ellas.

Por último, sobre el periodismo deportivo peruano se considera lo siguiente. Existe un bajo nivel de cultura y educación si se intenta generalizar la calidad de los periodistas deportivos en el Perú. Es muy importante recalcar que esta opinión no aplica en lo absoluto en los periodistas entrevistados para esta tesis. Por el contrario, se considera que estos se diferencian de ese esquema común y general. Además, es por esa razón que fueron seleccionados para que brinden un aporte significativo a la investigación.

Regresando a la cuestión del bajo nivel del periodismo deportivo local, esta opinión es fundamentada por Alabarces. (2001) Como sugiere el autor, el fútbol es capaz de generar acciones violentas en los periodistas durante el debate en un programa deportivo junto a otros colegas. Esta violencia no es necesariamente física, es mediante el ataque basado en insultos y diversas ofensas hacia quien no comparte una opinión o rebate las propias. Estas escenas pueden observarse con frecuencia en la mayoría de programas deportivos en el Perú tanto en televisión, radio o *streaming*. Se convierten en discusiones carentes de objetividad y de argumentos convincentes. En estas ocasiones es que se demuestra el bajo nivel de educación y autocontrol de los periodistas deportivos peruanos. Todo se convierte en una lucha por tener la razón hablando de manera alterada y sin fundamento. Es por estas razones que se considera que el periodismo deportivo nacional es precario debido a la baja calidad de sus propios intérpretes.

Con respecto a la elaboración de la presente tesis, es oportuno mencionar ciertas limitaciones y dificultades que se presentaron durante el proceso. En un principio, se consideró el obtener las entrevistas como una tarea complicada. Sin embargo, con el apoyo de algunos profesores de periodismo de la Universidad de Lima y otros contactos se pudo conseguir unos minutos con los entrevistados.

Se considera que la principal limitación fue el tema de la pandemia por el COVID-19, pues, debido a ello, las entrevistas debieron realizarse virtualmente. Había que adaptarse a la disponibilidad de cada periodista, pues en sus respectivos medios de comunicación ya se habían reiniciado las labores por lo menos de manera remota. Esto implicaría una inversión de tiempo en los entrevistados para amoldarse a la situación que les planteaban sus respectivos canales. Esto significó que parte de las entrevistas se desarrollen en horarios de madrugada considerados poco habituales. Esto generaba que los periodistas respondan las preguntas embargados por el cansancio producido por la jornada laboral. A pesar de ello, tuvieron siempre una buena disposición para colaborar y dar su aporte para el presente trabajo. Incluso, completar las entrevistas en días distintos debido al limitado tiempo con el que contaban algunos periodistas.

Finalmente, se considera que si las entrevistas eran aplicadas presencialmente, podrían haber sido algo más fructíferas. Probablemente, la conversación cara a cara pudo haber generado mayor confianza con el entrevistado y que este pueda explayarse más sobre sus comentarios y experiencias durante el Mundial 2018. Sin embargo y como ya se mencionó, las restricciones basadas en la pandemia por COVID-19 imposibilitaban este tipo de entrevistas.

REFERENCIAS

- "36 años después". (28 de mayo de 2018). *Conversatorio "36 años después" de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Lima, Lima, Perú.
- Aguirre, C. (2012). *Perú campeón: fiebre futbolística y nacionalismo en 1970*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de Perú campeón: fiebre futbolística y nacionalismo en 1970:
https://pages.uoregon.edu/caguirre/Aguirre_PeruCampeon.pdf
- Alabarces, P. (2001). *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Recuperado el 6 de Setiembre de 2018, de Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina:
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100919010923/alabarces.pdf>
- Alcaide Hernández, F. (2009). *Fútbol: fenómeno de fenómenos*. LID.
- Araoz, V., & Moreira, L. (2016). *Prensa deportiva en Argentina: construcciones identitarias y estilos discursivos del deporte en el diario Olé*. Buenos Aires.
- Araujo Huamán, M. Á. (2019). Estudio comparativo sobre el tratamiento periodístico de dos diarios deportivos locales, en relación a la selección peruana, Mundial Rusia 2018. (*Tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*). Universidad Señor de Sipán, Pimentel.
- Bandura, A. (1982). *Teoría del Aprendizaje social*.
- Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo: La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Camacho Markina, I. (2010). *La especialización en el periodismo: Formarse para informar*. Sevilla-Zamora: J. Crespo, Editor y Editorial Comunicación Social S.C. (2010).
- Cerna Salazar, F. E. (2019). Enfoque informativo y agenda periodística. Un estudio y análisis de la cobertura periodística de temas relacionados con la educación en los diarios La República y El Comercio del Perú. (*Tesis para optar por el título*

- profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo*). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima.
- Colin, J. (2018). *La 'pasión' como cemento cultural en el periodismo deportivo escrito en la Ciudad de México*. Ciudad de México: Revista Internacional de Comunicación.
- Coronel, P. (2018). *Análisis de contenido de las secciones deportivas del diario El Comercio y el diario El Universo en el mundial de Brasil 2014*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Díaz, D., & Mantilla, M. J. (2008). *El fútbol: Espacio de interacción social y construcción de identidad local*. Quito.
- Domínguez Pérez, J. P. (Julio-Agosto de 2009). Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo. *Razón y palabra*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330048>
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortéz Suárez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala, Ecuador: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Esteban Nieto, N. T. (2018). *Tipos de investigación*. Universidad Santo Domingo de Guzmán.
- Flores Álvarez-Ossorio, S. (s.f.). *Fútbol y manipulación social*.
- Freidenberg, F. (2004). *Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores?* ACADEMIA Accelerating the world's research.
- Galindo, J. (2009). *Comunicología y Fútbol: la vida social, el deporte y el espectáculo desde una perspectiva constructivista*. Razón y Palabra.
- García de León, E. (2000). *Literatura periodística o periodismo literario*. Albacete.
- González, P. (2017). *Investigación cualitativa*. AREANDINA Formación Universitaria del Área Andina. Obtenido de https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/2575/RP_eje3.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Guerrero Quintero, A. M. (2010). Contenido y experiencia de la cobertura de una Copa Mundial de Fútbol (Sudáfrica 2010) para televisión. (*Trabajo para optar por el Título de Comunicadora Social con énfasis en Periodismo*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Hernández Carrera, R. (2014). *La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada*. Universidad Internacional de la Rioja (España), Logroño.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*.
- Herrero Gutiérrez, J., Barredo Ibáñez, D., & Oller Alonso, M. (2013). *Los triunfos como escaparates de los mitos modernos: las victorias de la Selección española de fútbol (2008-2012)*. MHCJ.
- Krugman, P. (31 de marzo de 2020). Entrevista con Paul Krugman. (A. Oppenheimer, Entrevistador)
- Li, Y. (2014). *El periodismo deportivo en España: estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Loo, J., Gámez, D., Lamarque, E., Domínguez, L., & Haber, Y. (2016). *Del Gatekeeper al Content Curator*. Razón y Palabra.
- López, J. (2016). *Análisis de los usos y gratificaciones de la red social Twitter en un club de fútbol semiprofesional: el caso del Hércules de Alicante*. . Alicante: Universidad de Alicante.
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Monterrey: Pearson Educación.
- Mamani Apaza, L. M., & Morales Villena, S. P. (2020). Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví y la República Sur y la percepción de los médicos del hospital COVID-19, Arequipa, 2020. (*Tesis para optar por el Título Profesional de Licenciados en Ciencias de la*

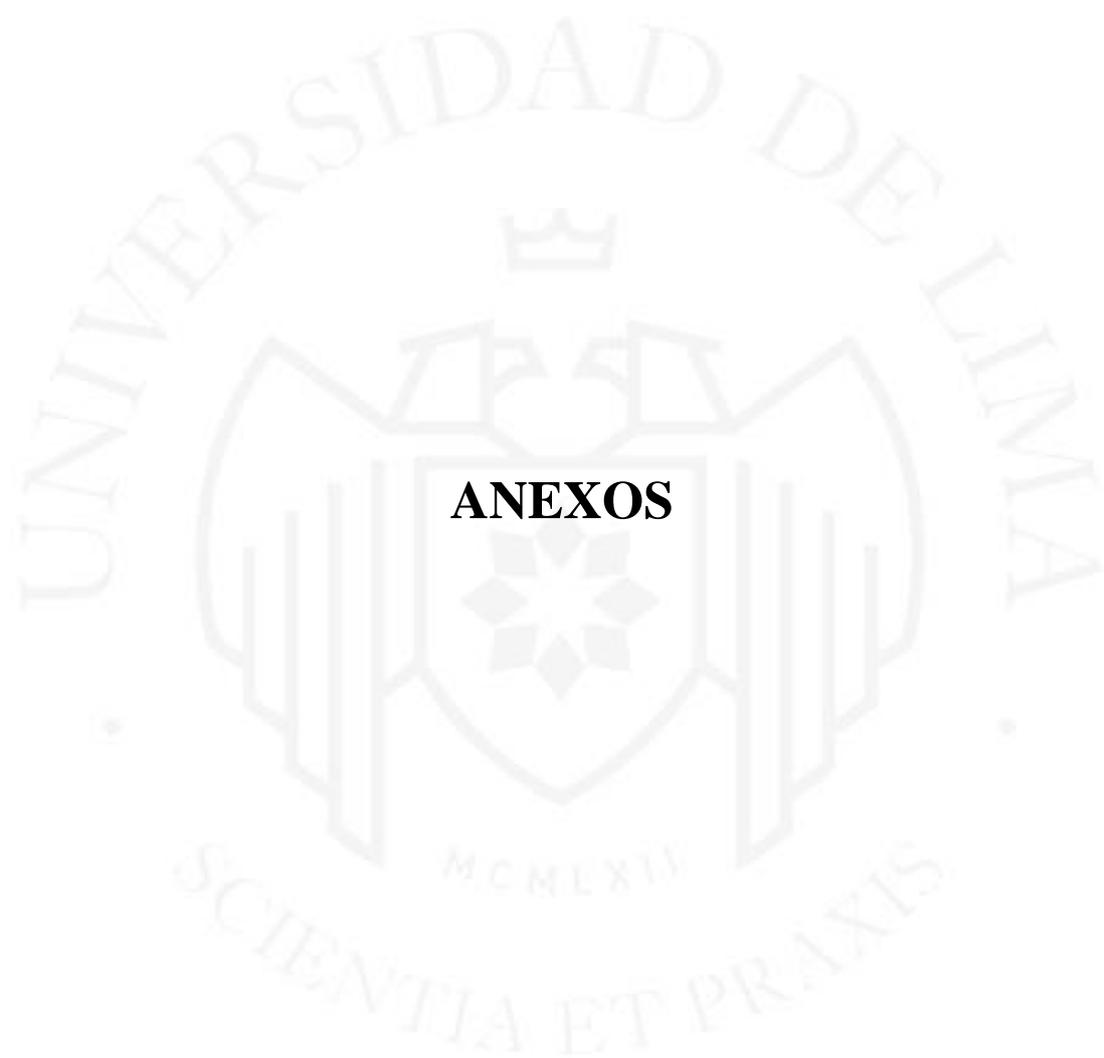
- Comunicación, especialidad: Periodismo*). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú.
- Molina Vizcarra, J. (Julio-Agosto de 2009). Periodismo deportivo 3.0. *Razón y palabra*.
Obtenido de Razón y palabra:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330053>
- Pahuacho, A. (2014). *El tópico sacrificial en los discursos de la prensa deportiva en el Perú: el caso del futbolista Paolo Guerrero*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Pahuacho, A. (2017). *La patria televisada: la representación de la peruanidad en dos comerciales rumbo al Mundial Brasil 2014*. .
- Pahuacho, A. (2018). *Fútbol, Identidad y Prensa Deportiva: Apuntes en torno a la cobertura periodística peruana del mundial Rusia 2018*. . Lima: CLACSO.
- Paredes Vásquez, D. R., & Sierra Murillo, R. O. (2011). Análisis de la profesionalización del Periodismo Deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito. (*Tesis de grado para la obtención del título de Licenciado en Periodismo*). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Parra Proaño, R., & Cadena Chila, E. L. (2021). *Análisis del periodismo deportivo radiofónico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*. Guayaquil.
- Pérez, I. (2009). El negocio del periodismo deportivo. *Razón y palabra*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20NEGOCIO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Pulgar Vidal, J. (2020). Las ciecias sociales y el periodismo... deportivo. En J. L. Rojas Torrijos, *Cómo hacer periodismo deportivo. Una visión iberoamericana* (pág. 281). Sevilla: Universidad de Sevilla 2020.
- Regalado, D. (2006). *Expresiones emotivas del discurso periodístico deportivo*. Tunja-Boyacá.
- Renquejo, J. V. (Abril-Junio de 1986). La ética periodística en el Perú. "*Chasqui*" *Revista Latinoamericana de Comunicación*.

- Restrepo, J. D. (Junio de 2001). La objetividad periodística: UTOPIA O REALIDAD. "Chasqui" Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo Deportivo: Nuevas tendencias y perspectivas del futuro*. Recuperado el agosto de 2018, de Periodismo Deportivo: Nuevas tendencias y perspectivas del futuro: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas Torrijos, J. L. (2018). *El legado periodístico de los megaeventos: Estudio de innovaciones en las coberturas de los últimos Juegos Olímpicos y Copas del Mundo de fútbol*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Rojas Torrijos, J. L. (2020). *Cómo hacer periodismo deportivo. Una visión iberoamericana*. Sevilla: Universidad de Sevilla 2020.
- Romero Alvarado, J. S. (2021). Cobertura noticiosa de un mundial de fútbol: Rusia 2018. (Tesis para optar por el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Salamanca Castro, A. B., & Martín-Crespo Blanco, C. (2007). *El diseño de la investigación cualitativa*. Departamento de Investigación de FUDEN. Obtenido de <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/7.pdf>
- San Martín, R. (2008). *Contra la objetividad: el mito de la neutralidad periodística y las alternativas para repensarlo*. Universidad Católica Argentina (UCA). Obtenido de <http://146.83.204.140/index.php/perspectivas/article/viewFile/11/11>
- Sánchez Ruiz, E. (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Sánchez Silva, M. (2005). La metodología de la investigación cualitativa. *Mundo Siglo XXI Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7413/1/REXTN-MS01-08-Sanchez.pdf>

Sosaya Saavedra, C. G. (2017). La pasión del periodismo deportivo en el grupo La República: diarios El Popular, Líbero y revista El Gráfico Perú. (*Memoria Profesional para optar el título de Licenciado en periodismo*). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú.

Zepeda Gómez, M. G. (s.f.). Percepción del periodista deportivo. *Revista Mexicana de Investigación en Cultura Física y Deporte*, 78-95. Obtenido de <https://ened.conade.gob.mx/Documentos/REVISTA%20ENED/Revista8/articulo6.pdf>





ANEXOS

ANEXO 1: PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTAS PARA ESPECIALISTAS

Estimado/a participante,

Le pido su apoyo voluntario en la realización de la presente investigación conducida por *Felix Yllanes Izquierdo*, estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, asesorado por la docente *Thelmy María del Carmen Mendoza Michilot*. (*) La investigación, denominada “*Labor y valoraciones de los periodistas deportivos de Movistar Deportes y El Comercio durante la cobertura de la participación peruana en el contexto mundialista de Rusia 2018*”, tiene como propósito general *reconocer cuáles son las valoraciones experimentadas por los periodistas encargados de llevar a cabo la cobertura de un determinado medio de comunicación durante las diversas situaciones ocurridas durante el Mundial Rusia 2018*.

Se le ha contactado a usted en calidad de periodista deportivo. Si usted accede a participar en esta entrevista, se le solicitará responder diversas preguntas sobre el tema antes mencionado, lo que tomará entre 25 y 30 minutos aproximadamente. La información obtenida será únicamente utilizada para la elaboración de la presente tesis. A fin de poder registrar apropiadamente la información, se solicita su autorización para grabar la conversación. La grabación y las notas de las entrevistas *serán almacenadas únicamente por el investigador en su computadora personal por un periodo de tres años, luego de haber publicado la investigación, y solamente ella y su asesora tendrán acceso a la misma*. Al finalizar este periodo, la información será borrada.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria. Usted puede interrumpir la misma en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Además, si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente, a fin de clarificarla oportunamente.

Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, se le enviará un informe ejecutivo con los resultados de la tesis a su correo electrónico.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, puede comunicarse a los siguientes correos electrónicos: felixyllanesizquierdo@hotmail.com o 20151486@aloe.ulima.edu.pe o al número 953666704. Además, si tiene alguna consulta sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad de Lima, al correo electrónico...

Yo, _____, doy mi consentimiento para participar en el estudio y autorizo que mi información se utilice en este.

Asimismo, estoy de acuerdo que mi identidad sea tratada de manera (marcar una de las siguientes opciones):

___ Declarada, es decir, que en la tesis se hará referencia expresa de mi nombre.

___ Confidencial, es decir, que en la tesis no se hará ninguna referencia expresa de mi nombre y la tesista utilizará un código de identificación o pseudónimo.

Finalmente, entiendo que recibiré una copia de este protocolo de consentimiento informado.

Nombre completo del/de la participante:

Firma:

Fecha:

Correo electrónico del participante:

Nombre del investigador responsable: Felix Yllanes Izquierdo

Firma:

(*)La profesora Thelmy María del Carmen Michilot asesoró la presente tesis únicamente en los cursos Trabajo de Investigación I y Trabajo de Investigación II.

ANEXO 2: GUÍA DE ENTREVISTAS

Bloque 1: Sobre el periodista

- Nombre: _____
- Medio de comunicación: _____
- Edad: _____
- Tiempo de trayectoria: _____
- ¿En qué medios de comunicación has trabajado anteriormente?
- ¿Qué trabajos has realizado antes del Mundial 2018? ¿Cuáles de las coberturas que has realizado durante tu carrera son las que más recuerdas?

Bloque 2: Influencia de las barras peruanas asistentes al Mundial de Rusia

- ¿De qué manera influyó en ti el hecho de ver tantos peruanos juntos alentando a la Selección? (tomar en cuenta la canción del “*Contigo Perú*” de Arturo “*Zambo*” Cavero que sonó en los partidos de Perú)
- ¿Qué opinas del papel cumplido por las barras peruanas?

Bloque 3: Valoraciones del equipo y contexto

- ¿Qué características de juego resaltas del equipo peruano en el Mundial 2018?
- ¿Qué características negativas presentó Perú en el Mundial 2018?
- ¿El carácter y la actitud de los jugadores fueron los correctos a la hora de encarar los partidos? ¿Criticarías alguno?
- ¿Qué adjetivos llegan a tu mente al pensar en Paolo Guerrero?
- ¿Qué sensación tuviste al escuchar por primera vez en tu carrera el Himno Nacional del Perú estando en el estadio durante un Mundial? ¿Reforzó tu identidad como peruano?
- ¿Qué sensaciones o pensamientos te produjo el experimentar la derrota al no clasificar a los octavos de final?

Bloque 4: Rutinas laborales

- ¿De qué manera te preparaste personalmente para llevar a cabo la cobertura del Mundial 2018?

- ¿Qué metas y motivaciones tienes a futuro con respecto a tu carrera? ¿Qué te gustaría hacer o cubrir en un futuro?

