

Ciencias de la comunicación

Comunicación corta

Un acercamiento a la Comunicación Social relacionada con el Periodismo Deportivo

An approach to Social Communication related to Sports Journalism

Un acercamiento a la Comunicación Social relacionado con el Periodismo Deportivo

Lic. José L. Vásquez-Orozco¹, Lic. Santiago K. Alcívar-Chilan², Lic. Alberto W. Quijiije-Moreira³

jlvazquez1953@hotmail.com, kleverrevista@hotmail.com, moreiraw576@gmail.com

¹Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Manta, Ecuador, ²Eclipse Comunicaciones, Manta, Ecuador, ³Diario El Mercurio, Manta, Ecuador

Recibido: 4 de mayo de 2016

Aceptado: 1 de julio de 2016

Resumen

La competición ofrece al periodismo deportivo una nueva oportunidad para innovar reforzando el carácter visual de los contenidos y buscando una manera diferente de contar las historias y mostrar los resultados. En este documento se analizan algunos aspectos relacionado con la comunicación social (tipos de comunicación, elementos y componentes), específicamente con el periodismo deportivo, su historia, funciones, perfil, características e importancia. Se concluye que los periodistas deportivos han de producir herramientas y desarrollar funciones encaminadas a retener a la audiencia y a los lectores, además que su alcance sea cada vez mayor. Por otra parte estimular la capacidad investigativa y la realización de estudios teóricos relacionados con el periodismo deportivo, con un acercamiento a las particularidades de la profesión en cada país será el eje central de su desarrollo.

Palabras clave: comunicación, periodismo, periodismo deportivo.

Abstract

The competition offers sports journalism a new opportunity to innovate by reinforcing the visual nature of the content and looking for a different way of telling the stories and showing the results. This document analyzes some aspects related to social communication (types of communication, elements and components), specifically with sports journalism, its history, functions, profile, characteristics and importance. It is concluded that sports journalists have to produce tools and develop functions aimed at retaining the audience and the readers, in addition that their scope is increasing. On the other hand, to stimulate the investigative capacity and the realization of theoretical studies related to sports journalism, with an approach to the particularities of the profession in each country will be the central axis of its development.

Key words: communication, journalist, sports journalism.

Resumo

A competição oferece um período de desportivo uma nova oportunidade para inovar reforçar o carácter visual dos contos e procurar uma forma diferente de contar as histórias e mostrar os resultados. No este documento se analisam alguns aspectos relacionados com a comunicação social (tipos de comunicação, elementos e componentes), especificamente com o período de desportivo, sua história, funções, perfil, características e importância. Concluir que os periodistas desportivos têm de produzir ferramentas e desenvolver as funções encaminadas a reter a audiência e os lectores, além de seu alcance de ir cada vez maior. Por outra parte estimular a capacidade investigativa ea realização de estudos teóricos relacionados com o período de desportivo, com um aproximação às particularidades da profissão em cada país é o elemento central de seu desenvolvimento.

Palavras-chave: comunicação, periodismo, periodismo desportivo.

Introducción

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico. (Comunicación 2016)

La historia de la comunicación se remonta a los orígenes de la humanidad, pero a partir del desarrollo de los medios impresos, numerosas transformaciones han revolucionado el modo en que

los seres humanos comparten sus pensamientos. (Historia de los medios de comunicación masiva. 2015).

Al pensar en las características particulares de cada MCS observamos que éstos tienen características semejantes más allá de la diversidad cultural. Podemos decir que los medios de comunicación constituyen un fenómeno global que, más allá de algunas diferencias naturales, trasciende las diferencias particulares de las distintas sociedades. (Historia de los medios de comunicación masiva. 2015)

Para iniciar el estudio de los Medios de Comunicación Social desde un punto de vista histórico, resulta necesario realizar esta revisión desde cuatro aspectos:

1. La tecnología.
2. El entorno socio-político.
3. Aspectos económicos y comerciales.
4. Realidad cultural: actividades, funciones y necesidades de una determinada sociedad.

La tecnología es, desde ya, una base sin la cual el MCS no sería posible, sin embargo, esta no es suficiente para que un medio adquiera presencia y se imponga en una sociedad. El contexto social y político constituirá un marco que regulará y dará a cada MCS una fisonomía particular. Los aspectos económicos son también importantes ya que es necesario establecer de qué manera se financiaría este nuevo fenómeno/servicio dado que su existencia siempre supone un costo. Finalmente, el entorno cultural cuya transformación surgirá como una consecuencia de los MCS. El fenómeno de la comunicación social permitió el estímulo y satisfacción de necesidades latentes en el seno de la sociedad. (Historia de los medios de comunicación masiva. 2015).

Se ha visto que desde los primeros hombres en la tierra hasta nuestros días siempre nos ha sido necesaria una comunicación ya sea con una simple sonrisa o con un mensaje via sms. Por lo tanto podemos decir que la comunicación ha sido, es y será la forma más importante de enviar y recibir información, venga del medio que venga.

Las formas de comunicación humana pueden agruparse en tres grandes categorías:

1. Comunicación Escrita

Es la que se establece cuando se usa un código lingüístico escrito, usando la grafía de signos y se desarrollan a través de: cartas, telegramas, mensajes escritos, correos electrónicos, postales, notas, ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas, graffiti, logotipos entre muchos otros. Para interpretar

correctamente los mensajes escritos es necesario conocer el código, que ha de ser común al emisor y al receptor del mensaje.

2. Comunicación Verbal

Hay múltiples formas de comunicación oral; estas formas han evolucionado desde las más primarias (gritos, silbidos, llantos y risas) hasta las más evolucionadas generadas por el lenguaje articulado donde se aplican los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás; es el que usamos cuando dialogamos con alguien, en las pláticas diarias con los otros, en una conferencia, en una entrevista y en todos otros tipos de intercambiamos entre las personas a través de sus procesos de interacción social.

3. Comunicación No Verbal

Entre los sistemas de comunicación No Verbal, encontramos el del Lenguaje Corporal y el Lenguaje Icónico. (Comunicación 2016).

Cabe agregar que los elementos que interviene en la comunicación son: el mensaje, el emisor y receptor, el código, el canal, el contexto, los ruidos y los filtros. (Comunicación 2016).

En concordancia con lo anterior, la información, la interacción y la percepción constituyen los componentes socio psicológico de la comunicación y se revelan en los procesos comunicativos a partir de los pequeños grupos. Tenemos el componente comunicativo, el interactivo y el perceptivo. (Comunicación 2016).

Desde una perspectiva académica, se entiende como Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el diseño social. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. (Que es comunicación social. 2012).

La Comunicación Social abarca desde el periodismo hasta la comunicación interna en una empresa. El profesional de Comunicación Social que elija orientarse al periodismo estará relacionado con el “qué” y el “por qué” sobre los fenómenos que suceden en la sociedad: su labor será comprender y comunicar de la mejor manera. A su vez, dentro del periodismo, el profesional podrá elegir especializarse por diferentes temáticas y sectores. Los comunicadores sociales se desempeñan profesionalmente en la gestión de la comunicación tanto de las organizaciones públicas como

privadas y de la sociedad civil, como así también en la esfera de los medios masivos y electrónicos. (¿Por qué estudiar Comunicación Social? 2012).

El periodismo, como método de interpretación de la realidad social, se sirve de géneros periodísticos que cumplen diferentes funciones para responder a las necesidades sociales. Dentro de las necesidades informativas de los receptores de un medio, la función de la noticia puede distinguirse perfectamente de la del reportaje, la crónica o de la de todos los géneros de opinión. (Moreno Espinosa P. 2000).

Según Moreno Espinosa en el periodismo podemos encontrar dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información. Y aunque es necesario realizar un gran esfuerzo para conseguir la máxima simplificación a la hora de clasificar los géneros periodísticos, este autor distingue cuatro géneros informativos y cuatro de opinión: (Moreno Espinosa P. 2000).

- Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje.

- De opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística.

Existen factores que llevan al periodista a ligarse hacia un tema específico llegando a un punto donde surge la posibilidad de especializarse, en otras palabras, saber en qué medio piensa desempeñarse y sobre qué piensa escribir, hablar o expresar en él. De inmediato, es cuando el deporte toma auge y se convierte en un fenómeno social relevante en el mundo contemporáneo, desde que es determinado como un juego, pasando a ser un entretenimiento o recreación hasta llegar a un ámbito competitivo. Es más, desde aquel lejano lanzamiento de una piedra hasta el siglo XXI, el deporte se ha convertido en el entretenimiento favorito de muchas personas en todo el mundo, inclusive, ni las religiones pueden presumir de tener tantos adeptos.

Con el fútbol también nació el periodismo deportivo. Hasta el 9 de julio de 1906 la información deportiva no pasaba de ser simples crónicas sociales. Pero ese día, tras la primera fecha del primer campeonato oficial de la Liga Paraguaya de Fútbol, nacieron los primeros periodistas dedicados al deporte. El lenguaje era muy diferente al usado hoy día, pero ya se notaba una intensa pasión. (Troche J M 2011).

Ahora bien, en relación con la introducción del deporte en los medios de comunicación, éste surgió del interés de informar sobre hechos, triunfos y derrotas, en diversos lugares.

Hace tiempo que el periodismo deportivo se encargó de refutar la tradicional concepción de que se trata de una especialización menor para convertirse en un verdadero laboratorio para el conjunto de la profesión desde el que crear y experimentar con nuevas narrativas y nuevos formatos. Las últimas

tendencias en periodismo digital no han hecho más que corroborar esta realidad y son cada vez más las universidades, grupos de investigación e iniciativas profesionales las que han empezado a tomar más en consideración las técnicas y estrategias que desde los medios deportivos se emplean para enganchar al fan/usuario, así como los nuevos modos de contar, presentar y distribuir los contenidos, y hacer comunidad. (El periodismo deportivo de calidad. 2016).

El periodismo deportivo es un elemento esencial de todas las organizaciones de la información en la actualidad. Existen incluso asociaciones y gremios influyentes de periodistas deportivos en los diferentes países e incluso a nivel regional e internacional que se dedican a la cualificación del oficio de transmitir información específicamente deportiva. (Valderrama García A M. 2013).

En ese mismo sentido, el periodismo deportivo debe manejar una ética. Se debe manejar con idoneidad pues quienes la practican tienden a ponerse la camisa de ciertos equipos, a no tener equilibrio informativo, a bajar y subir el prestigio de un jugador o de un equipo en cuestión de segundos. El periodismo deportivo debe tener profesionales capaces de analizar el deporte como más que una simple información, verlo desde lo religioso, lo cultural, lo formativo, sociológico, psicológico, ético, político y social. (Valderrama García A M. 2013).

En los marcos de las observaciones anteriores, el periodista deportivo debe tener conocimiento sobre muchos deportes además de saber de una gran cantidad de disciplinas y atletas, innumerables términos y la historia que precede cada deporte, y capacidad para interpretar y analizar todo el volumen de noticias e informaciones que genera el deporte en todo el mundo en la actualidad, estos son los principales retos que tiene que afrontar el profesional de esta fuente. Un periodista deportivo no solo debe tener vocación y amor por el medio, también debe tener un gran olfato investigativo. . (Valderrama García A M. 2013).

Funciones del periodista deportivo (Castro Molina K. 2013).

Periodismo deportivo: es la forma del periodismo que informa sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos del interés de la opinión pública regional, nacional o internacional. Mientras en muchos medios de comunicación los periodistas dedicados al reportaje deportivo son llamados los profesionales del juego, en realidad esta área ha crecido en importancia a medida que el deporte mismo se ha convertido en un poder económico e influyente.

Periodistas deportivos: son como cualquier otro reportero y deben encontrar historias más allá de simples reportes dados a ellos por los equipos deportivos, instituciones o los entrenadores. Los

periodistas deportivos deben verificar los hechos que les son consignados. Por lo general equipos, organizaciones deportivas y entrenadores cancelan credenciales de periodistas o medios que publican o emiten informaciones imprecisas o tendenciosas.

Un comentarista deportivo: debe interpretar, juzgar, valorar, comprender y comparar hechos que no se someten a un análisis objetivo ni a valoraciones matemáticas o estandarizadas. Un subjetivismo, que muchas veces confunde, domina su acción, el que permite la revelación de su personalidad profesional y en la que destacan en muy variadas proporciones la experiencia, sabiduría, cultura general o especializada, prestigio y autoridad, estas últimas no siempre conferidas por jueces capaces de ubicar y destacar entre la maraña de confusos valores aquellos que son esenciales para el desarrollo y perfeccionamiento del hombre y de las sociedades.

Un Locutor Deportivo

- Presentar programas.
- Presentar y efectuar el enlace de continuidad de los informativos de radio y noticieros de televisión.
- Conducir o animar con su relación oral la continuidad de cualquier programa que se emita a través de la radiodifusión.
- Difundir avisos comerciales; mensajes publicitarios o de propaganda, de cualquier naturaleza, promocionales, institucionales y comunicados.
- Difundir boletines informativos; noticieros; noticias aisladas o agrupadas.

Ante la situación planteada, el periodismo deportivo añade muestra de su preocupación por el buen uso del idioma, con la exaltación de la relación entre cultura y deporte y también mediante cuestiones de orientación, reflexión y formación especializada.

El crecimiento del deporte en las sociedades contemporáneas ha sido posible en gran medida gracias al papel desempeñado por las empresas periodísticas, que, desde el surgimiento y eclosión del deporte-espectáculo a principios del siglo XX, han encontrado en este fenómeno social y cultural un «verdadero filón. Así los medios se han desarrollado al ritmo marcado por la propia evolución de las diferentes modalidades contribuyendo de forma decisiva a su profesionalización, impulsando o patrocinando la creación de competiciones, dando a conocer cambios en los reglamentos y ampliando el acervo léxico de los lectores con nuevas palabras, expresiones y significados. La interrelación entre medios de comunicación y deporte, una vez consolidada con el paso del tiempo,

ha sido decisiva incluso para la conformación de las identidades nacionales dentro de los estados y territorios. (Rojas Torrijos J L. 2014)

Es pertinente señalar, que el periodismo deportivo se ha convertido en un elemento de cohesión de las sociedades contemporáneas a las que presta un servicio público y con las que se identifica cultural y emocionalmente», cumpliendo así su función de constituirse como «un instrumento civilizador y constructor del tejido social. (Rojas Torrijos J L . 2014)

Parece demostrado que el periodismo deportivo contribuye de forma eficaz a intensificar esa sensación de pertenencia de los colectivos sociales a una comunidad determinada y de complicidad con sus conciudadanos, a los que implica al máximo en la celebración de los logros de los deportistas y selecciones nacionales. Este hecho se hace evidente sobre todo en los eventos de ámbito internacional y de máxima repercusión, como los Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos etc. (Rojas Torrijos J L. 2014).

El periodismo deportivo es hoy día un área informativa sobresaliente por su enorme proyección social y su gran capacidad para movilizar el interés de los ciudadanos. También se constituye como un producto estratégico para las grandes empresas de comunicación, tanto las audiovisuales, que invierten cada temporada cantidades millonarias para hacerse con los derechos de emisión de los grandes eventos, como las impresas y digitales, que se esfuerzan por innovar y ofrecer una cobertura completa de una temática que genera grandes expectativas y es de las más demandada por el gran público. (Rojas Torrijos J L. 2014).

En los últimos años en España, el interés por el periodismo deportivo se ha incrementado de manera significativa en el ámbito académico. La preocupación entre profesionales y aficionados al deporte por la consecución de un periodismo de mayor calidad coexiste desde hace un tiempo con un aumento considerable del número de trabajos de investigación que se están realizando por investigadores y profesores universitarios. (Tesis doctorales sobre periodismo deportivo leídas en universidades españolas. 2013)

Si bien hace tres décadas las tesis doctorales sobre deporte en general y sobre periodismo deportivo en particular eran escasas y tuvieron como artífices a verdaderos pioneros en el estudio y la enseñanza de la profesión (Antonio Alcoba leyó su tesis titulada Deporte y Comunicación el 21 de diciembre de 1984 en la Universidad Complutense de Madrid), las investigaciones no han dejado de proliferar en los últimos años, tanto tesinas y tesis doctorales como trabajos fin de máster (TFM) y

trabajos fin de grado (TFG). (Tesis doctorales sobre periodismo deportivo leídas en universidades españolas. 2013)

Este interés creciente por el periodismo deportivo como objeto de estudio se está produciendo desde diversos ámbitos, no solo el puramente periodístico (análisis de contenidos, géneros, periodismo especializado, fuentes y ética profesional), sino que además se está abordando desde campos tan diversos como la sociología, la historia y, de manera muy especial, desde la filología. No en vano, el lenguaje deportivo se ha granjeado una consideración mayor entre lingüistas por su capacidad para crear constantemente palabras, significados y expresiones nuevas y, consecuentemente, por su repercusión positiva en la evolución del idioma. (Tesis doctorales sobre periodismo deportivo leídas en universidades españolas. 2013)

Los medios deportivos en Latinoamérica fueron teniendo una evolución acelerada, debido al interés que crecía a diario en la gente por saber de los sucesos de sus héroes. Los medios nacionales tienen repercusión innegable en el cotidiano de los latinos, pero debido a que son muchos, cabe nombrar únicamente a las cadenas más importantes que hoy son las más conocidas de Latinoamérica, porque tienen los derechos deportivos de los eventos más trascendentales de la actualidad. (Romero Polo R 2015).

Entertainment and Sports Programming Network. (ESPN).

FOX Sports.

Las dificultades históricas atravesadas por esta parte del continente, han impedido a los diferentes gobiernos detenerse en aspectos que, en la vorágine de un país, pasan a un segundo plano. La sucesión de gobiernos dictatoriales y la aplicación de políticas neoliberales por parte de gobiernos sumidos bajo la sombra imperialista de los Estados Unidos no han hecho más que profundizar el subdesarrollo del deporte en Latinoamérica. (Periodismo deportivo. 2009)

Cabe destacar que, en Cuba con el desarrollo del deporte, a partir del triunfo de la Revolución, el movimiento deportivo no solo ha crecido en calidad sino que su masividad ha conllevado a la preparación profesional de una pléyade de periodistas, cuya juventud y especialización están a tonos con los múltiples triunfos del deporte de la Isla en la arena internacional. (Menéndez E 2012).

En Ecuador, es innegable que el fútbol es el deporte más popular. Se empezó a practicar de manera amateur en la década de los años 20. Desde aquel momento solo creció su popularidad, pero no se hizo una estructura y práctica bien definidas. Actualmente, todo lo que envuelve al fútbol en el país

es seguido con gran intensidad, mucho más si se trata de la Selección Ecuatoriana. (Romero Polo R 2015)

El Periodismo Deportivo en Ecuador al igual que en otros lugares de Sudamérica se empezó a seguir el mundo deportivo de forma constante, también empezó a nacer en los diferentes medios, sobre todo los más grandes y que tenían el capital suficiente para acoger esta necesidad. Estos medios crecieron en seguidores y se ubicaron como los más conocidos en la mente de los ecuatorianos. Sin embargo, la competencia entre ellos y el desarrollo tecnológico fueron cambiando la popularidad de estos a lo largo de los años. Entre los principales medios están: El comercio, CRE satelital, Radio la red, Gama tv, futbulecuador.com. (Romero Polo R 2015).

Los personajes que marcaron la pauta y son los líderes del periodismo Deportivo en Ecuador, son quienes sembraron en la mente de los habitantes del territorio la necesidad de escuchar a diario sobre los equipos, planteles, hechos, resultados, tablas de posiciones y otros temas que engloba esta rama:

Blasco Moscoso Cuesta (1923 –1996)

Carlos Efraín Machado (1934 –2006)

Martínez Collazo (1922-2012)

Alfonso Eduardo Laso Bermeo . (Romero Polo R 2015).

La evolución en el tiempo del periodismo deportivo se ha evidenciado de muchas maneras: en la cantidad de medios de comunicación que se dedican exclusivamente a transmitir eventos deportivos, así como la emisión de programas de debate y opinión; en el nivel de expectativa que se genera en la gente con la ocurrencia de estos eventos, lo cual deriva necesariamente en la intervención del periodista deportivo para brindar de primera mano la información a las personas y por su puesto por la existencia misma del periodismo deportivo como una rama autónoma que se desprende desde la matriz principal que es el periodismo como tal.(Torregroza Olivera A. 2011).

Consideraciones finales

Los periodistas deportivos han de producir herramientas y desarrollar funciones encaminadas a retener los lectores y hacer además que su alcance sea cada vez mayor.

Por otra parte estimular la capacidad investigativa y la realización de estudios teóricos relacionados con el periodismo deportivo, con un acercamiento a las particularidades de la profesión en cada país será el eje central de su desarrollo.

Referencias bibliográficas

Comunicación [sitio web]. 2016. EcuRed [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n>

CASTRO MOLINA K . 2013 . Funciones del periodista deportivo. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: http://periodismodeportivocunrc.blogspot.com/2013/03/las-funciones-de-un-periodista-deportivo_30.htm

El periodismo deportivo de calidad [sitio web]. 2016. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/>

Historia de los medios de comunicación masiva [sitio web]. 2015. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: http://comunicacion.idoneos.com/historia_de_la_comunicacion/

MORENO ESPINOSA P. 2000. Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/5/35moreno.htm>.

MENENDEZ E 2012. Periodismo Deportivo: Ayer y hoy. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://www.cubahora.cu/deporte/periodismo-deportivo-ayer-y-hoy>

Periodismo deportivo [sitio web]. 2009. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/pd/taxonomy/term/88>

¿Por qué estudiar Comunicación Social? [sitio web]. 2012 [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <https://www.nosequeestudiar.net/por-que-estudiar-comunicacion-social/>

Que es comunicación social [sitio web]. 2012 [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://disenosocial.org/que-es-comunicacion-social/>

ROJAS TORRIJOS J L . 2014. Periodismo deportivo, divulgación e innovación. Estudio de casos de coberturas informativas internacionales de los JJ.OO. de Invierno 2014. Universidad de Sevilla. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: http://textualvisualmedia.com/images/revistas/07/articulos/periodismo_deportivo.pdf

ROMERO POLO R 2015. Propuesta para la inclusión de la materia de Periodismo Deportivo en el Pénsum de estudios de la carrera de Comunicación, mención Medios: prensa, radio y televisión de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtención del título de Licenciatura de Comunicación, mención Medios: prensa, radio y televisión. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8298/10.C03.001510.pdf?sequence=4>

TORREGROZA OLIVERA A. 2011. La importancia del periodismo deportivo. [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://periodismodeportivo11.blogspot.com/2011/07/la-importancia-del-periodista-deportivo.html>

TROCHE J M , CAZENAVE G. 2011. Nace el periodismo deportivo . [consulta 5 dic 2016]. Disponible en: <http://www.abc.com.py/edicion-impresadeportes/nace-el-periodismo-deportivo-228024.html>

Tesis doctorales sobre periodismo deportivo leídas en universidades españolas [sitio web]. 2013. Periodismo deportivo de calidad . [consulta 5 dic 2016]. Disponible en:<http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2013/10/tesis-doctorales-sobre-periodismo.html>

VALDERRAMA GARCÍA A M . 2013. Perfil de un Periodista Deportivo . [consulta 5 dic 2016]. Disponible en:<http://es.slideshare.net/Andresmvg/perfil-de-un-periodista-deportivo>