



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**La aparición de nuevos perfiles
profesionales dentro del periodismo
deportivo**

Lukas Dzimidas

Tutor: Carlos A. Ballesteros Herencia

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de
América y Periodismo**

Curso: 2021-2022

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Justificación del trabajo.....	5
1.2. Objetivos.....	7
1.3. Hipótesis.....	7
1.4. Preguntas de investigación.....	8
2. METODOLOGÍA	8
2.1. Estudio 1: Cuestionario previo.....	8
2.2. Estudio 2: Entrevistas personales con periodistas deportivos.....	9
2.2.1. Muestra.....	9
2.2.2 Diseño y procedimiento.....	14
2.2.3. Instrumentos.....	15
3. MARCO TEÓRICO	17
3.1. La evolución del periodismo.....	17
3.1.1. La influencia del ciberperiodismo.....	18
3.2. La evolución del periodismo deportivo.....	20
3.2.1. Internet como motor de cambio en el periodismo deportivo.....	22
3.3. Los perfiles profesionales del periodismo deportivo.....	23
3.3.1. Perfiles y cargos periodísticos tradicionales en los medios impresos.....	25
3.3.2. Perfiles periodísticos tradicionales en los medios audiovisuales.....	26
3.3.3. Nuevos perfiles periodísticos dentro de la convergencia digital.....	27
3.3.4. El periodismo emprendedor y su aplicación al periodismo deportivo.....	31
4. RESULTADOS	33
4.1. Conocimientos y competencias importantes en el periodismo deportivo.....	33
4.2. Características de los nuevos perfiles periodísticos.....	36
4.3. Cambios en los perfiles periodísticos.....	39
4.4. El futuro del periodismo deportivo.....	42
4.5. El periodismo deportivo emprendedor.....	46
5. CONCLUSIONES	47
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52
7. ANEXOS Y MATERIAL COMPLEMENTARIO	60

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

AUTOR

Lukas Dzimidas

TUTOR

Carlos Antonio Ballesteros Herencia

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Grado se centró en la aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo. El estudio parte de cuestiones como ¿cuáles son las características básicas de los nuevos perfiles en el periodismo deportivo?, ¿por qué han aparecido este tipo de perfiles periodísticos?, ¿está evolucionando el periodismo deportivo con la aparición de nuevas figuras como los *youtubers*, *streamers* o *casters*? y ¿son viables estas plataformas alternativas en la carrera de un joven periodista? Con la aparición de nuevos perfiles periodísticos se ha investigado como parte de los objetivos sus características básicas, las razones por las cuáles han aparecido en el periodismo deportivo y la viabilidad que brindan las plataformas digitales para los proyectos periodísticos de estos perfiles profesionales. Para llevar a cabo la labor de investigación se ha optado por la metodología cualitativa a través del método de la entrevista semiestructurada a ocho periodistas deportivos que combinan su labor periodística en los medios de comunicación tradicionales y digitales. Además, se ha elaborado un formulario previo para los entrevistados para realizar un estudio cuantitativo sobre los conocimientos y competencias más importantes en un periodista deportivo actual. Tras las distintas conversaciones se ha comprobado que, debido a la popularización de internet y a la crisis económica de 2008, ha aparecido un nuevo perfil profesional, el periodista deportivo multidisciplinar, en muchos casos temáticamente especializado, capacitado para informar a través de diferentes plataformas digitales y audiovisuales.

Palabras clave: YouTube, Periodismo especializado, Multiplataforma, Twitch, Tendencias, Nuevos medios, Periodismo deportivo.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

AUTHOR

Lukas Dzimidas

TUTOR

Carlos Antonio Ballesteros Herencia

ABSTRACT

This Undergraduate Thesis Project focused on the appearance of new professional profiles within sports journalism. The study is based on questions such as: what are the basic characteristics of the new profiles in sports journalism? Why have these types of journalistic profiles appeared? Is sports journalism evolving with the appearance of new figures such as youtubers, streamers or casters? And are these alternative platforms viable in the career of a young journalist? With the appearance of new journalistic profiles, their basic characteristics, the reasons why they have appeared in sports journalism and the viability that digital platforms provide for the journalistic projects of these professional profiles have been investigated as part of the objectives. To carry out the research work, the qualitative methodology has been chosen through the method of semi-structured interviews with eight sports journalists who combine their journalistic work in traditional and digital media. In addition, a preliminary form has been prepared for the interviewees to carry out a quantitative study on the most important knowledge and skills in a current sports journalist. After the different conversations, it has been verified that, due to the popularization of the Internet and the economic crisis of 2008, a new professional profile has appeared, the multidisciplinary sports journalist, in many cases thematically specialized, trained to report through different digital platforms and audiovisual.

Keywords: YouTube, Specialized journalism, Multiplatform, Twitch, Trends, New media.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del trabajo

Las nuevas plataformas de entretenimiento y la digitalización de los medios de comunicación han provocado un cambio de paradigma en el tratamiento de la información y su relación con la audiencia para determinar las bases que sustentan el crecimiento en el uso de plataformas alternativas a los medios de comunicación tradicionales por parte de los periodistas. Las razones por las cuales el perfil de las nuevas generaciones de periodistas diverge de las anteriores y la influencia que han tenido los llamados *influencers* en este cambio dentro de la profesión, pero en concreto, en el periodismo deportivo. Las nuevas tendencias comunicativas y la adaptación por parte de los grandes medios de comunicación para captar un público que se marcha a plataformas de entretenimiento ha provocado que muchos periodistas jóvenes apuesten claramente por un formato que, además de ofrecer libertad, puede abrirles la puerta dentro de la profesión como una alternativa más a la tradicional.

1.1.1. Motivación personal

Mi pasión por la comunicación y el periodismo se remonta a las partidas del videojuego de fútbol FIFA (EA Sports) y las narraciones de los partidos de fútbol de Manolo Lama y Paco González en la cadena COPE. A partir de ese momento sentí una conexión con la narración y con la comunicación en líneas generales. Es por este motivo y ligado a mis conocimientos del deporte y de las innovaciones tecnológicas que busco resolver dudas personales, pero sobre todo, laborales de cara al futuro próximo.

El proceso de aprendizaje personal que supone aprender como intermediario de la comunicación, las posibles salidas laborales, las nuevas tendencias comunicativas y su impacto en la sociedad es necesario para resolver mis inquietudes personales. La asimilación de conceptos poco conocidos en el periodismo tradicional y estudiar las diversas visiones alternativas a la *mass*

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

media permitirá evaluar, a nivel personal, con más frialdad la aparición de nuevas plataformas que requieran de un proceso de adaptación para poder encontrar un nicho de mercado ideal.

1.1.2. Trascendencia académica

La investigación recoge múltiples estudios sobre la aparición de nuevas tendencias en la comunicación dentro del ámbito deportivo. El deporte, a lo largo de las últimas décadas, se ha constituido en un producto con interés informativo, materializado en el lenguaje empleado. Estos nuevos perfiles periodísticos dan el salto a estas plataformas multimedia gracias a las facilidades laborales y económicas que ofrecen.

La comunicación ha ido cambiando con el paso de las décadas, pero especialmente en el último lustro, como, por ejemplo, el impacto que los *influencers, streamers y youtubers* tienen en la evolución del periodismo deportivo (Rentería, 2020). Si bien es cierto que los trabajos de investigadores como José Luis Rojas Torrijos o Juan Luis Manfredi Sánchez muestran el camino a seguir respecto al estudio de las innovaciones dentro del periodismo deportivo, las observaciones académicas en relación a los nuevos perfiles periodísticos no ofrecen respuestas contundentes sobre el futuro de los jóvenes profesionales de la comunicación e información.

1.1.3. Relevancia social

La investigación ayuda a reflejar una realidad laboral dentro del periodismo deportivo. Las dificultades que aparecen dentro del mercado profesional periodístico para las nuevas generaciones conllevan que elijan otras alternativas laborales en el periodismo deportivo. El presente trabajo busca explorar los nuevos lenguajes y las ventajas que ofrecen las nuevas plataformas de entretenimiento. El incremento del paro entre los periodistas ha provocado que, los jóvenes graduados, a falta de oportunidades busquen alternativas para poder tener un futuro laboral (Manfredi, 2015). Por otro lado,

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

el mundo del periodismo se ha encontrado en constante evolución con la aparición de nuevos formatos, pero que han podido sobrevivir gracias a la convivencia y la adaptación de estos medios (Pérez, 2021).

1.2. Objetivos

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar la aparición de nuevos perfiles profesionales dentro de la información deportiva. La investigación surge del interés por la evolución del periodismo deportivo y el surgimiento de nuevas tendencias comunicativas dentro de la profesión. El propósito es conocer las razones que han llevado a la aparición de estas tendencias y la adaptación a nuevos requisitos comunicativos.

Los objetivos específicos del proyecto son:

- Describir las competencias y habilidades que caracterizan a los nuevos perfiles periodísticos, ligados a los medios digitales audiovisuales.
- Conocer las razones que han llevado al surgimiento de nuevos perfiles dentro del periodismo deportivo.
- Analizar la viabilidad económica y laboral que brindan las nuevas plataformas digitales a periodistas deportivos.
- Estudiar las ventajas y desventajas del periodismo emprendedor.

1.3. Hipótesis

- H1: La crisis laboral dentro del periodismo deportivo provocó la aparición de nuevos perfiles profesionales.
- H2: La popularización de internet ha fomentado la aparición de nuevos perfiles profesionales en la información deportiva.
- H3: El periodismo deportivo se caracteriza por adaptarse con rapidez a las innovaciones tecnológicas.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

1.4. Preguntas de investigación

El estudio parte de las siguientes interrogantes:

- ¿Son viables estas plataformas alternativas en la carrera de un joven periodista?
- ¿Cuáles son las características básicas de los nuevos perfiles en el periodismo deportivo?
- ¿Está evolucionando el periodismo deportivo con la aparición de nuevas figuras como los *youtubers*, *streamers* o *casters*?
- ¿Por qué han aparecido este tipo de perfiles periodísticos?

2. METODOLOGÍA

2.1. Estudio 1: Cuestionario previo

Se elaboró un formulario previo con 22 preguntas cerradas a un grupo de expertos para, posteriormente, ser analizado a través del método cuantitativo. Las cuestiones planteadas fueron adaptadas a partir de los conocimientos disciplinares y las competencias profesionales que caracterizan los perfiles profesionales según el Libro Blanco de Títulos de Grado de Comunicación (Aneca, 2005) con una escala de evaluación de 1 a 10 con relación a su importancia dentro de los conocimientos y competencias de un periodista deportivo actual.

La muestra fue la misma que la descrita en el Estudio 2. Dada su composición (n=8), la finalidad de este análisis no consistió en la generalización de los resultados a una población mayor, sino en obtener una orientación indiciaria, y por tanto provisional, sobre el objeto de estudio de modo previo a la realización de las entrevistas personales. Además, los resultados cuantitativos así obtenidos pueden servir como prueba piloto para un posterior estudio con una muestra más extensa y representativa. El cuestionario previo estuvo dividido en dos partes: la valoración de 1 a 10 de los conocimientos disciplinares y la valoración de 1 a 10 de las competencias profesionales. En cada una de las

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

preguntas aparecen los conocimientos y competencias que se describen en el estudio de la Aneca (2005).

El formulario se envió distintamente a cada uno de los entrevistados dependiendo de las circunstancias. A seis de los ocho de los entrevistados se les remitió dicho cuestionario en un enlace a través del correo electrónico, mientras que a los dos restantes a través de la aplicación WhatsApp. La página *web* utilizada para la confección de este mismo fue Google Forms. Los entrevistados realizaron el formulario previo entre el 19 de abril y el 13 de mayo de 2022. Finalmente, seis entrevistados respondieron al cuestionario.

2.2. Estudio 2: Entrevistas personales con periodistas deportivos

El presente trabajo se ha fundamentado en la metodología cualitativa por medio de la entrevista en profundidad o semi-estructurada (Berganza y Ruiz, 2010). Se trata de una técnica que permite obtener datos de los propios protagonistas. Este método proporciona al investigador un mayor acercamiento a los mismos y concede a los entrevistados la libertad de detallar con sus propias palabras las respuestas a las preguntas asignadas (Kvale, 2011). Esta técnica ha permitido preparar la entrevista en base a “una lista de temas que desea cubrir”, pero sin un cuestionario estructurado (Berganza y Ruiz, 2010). Por consiguiente, esta “incertidumbre voluntaria aporta una enorme flexibilidad” que ha influido en el desarrollo de las preguntas a lo largo de las entrevistas (Ibid, 2010; Wimmer y Dominick, 1996).

2.2.1. Muestra

La elección de los entrevistados tiene relación directa con la cuestión investigada. Por un lado, periodistas que emergen mediáticamente a través de herramientas digitales como YouTube y Twitch y, por otro lado, periodistas veteranos que compaginan su labor en los medios tradicionales con su contraparte digital. Se combinan ambos perfiles para tener una visión más amplia de la evolución del periodismo deportivo desde ambas perspectivas.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Estos comunicadores cumplen diferentes funciones dentro de su labor, lo que nos ofrecerá un panorama más detallado de la situación periodístico-deportiva del país.

Además, se han contado con perfiles que no han pasado por las facultades que imparten periodismo como lo son Andrés Onrubia Ramos, experto en fútbol francés para el diario As, cadena SER y Gol Televisión (LinkedIn, 2022a), Alberto Edjogo-Owono, comentarista y analista en Gol Televisión (LinkedIn, 2022b). Por otra parte, José Luis Rojas Torrijos participó dentro de la investigación como representante de los periodistas que se dedican a la docencia universitaria y la investigación de fenómenos emergentes dentro de la comunicación. La lista completa de entrevistados es la siguiente:

1. José Luis Rojas Torrijos. Profesor de la Universidad de Sevilla.

Con una experiencia dilatada dentro de la profesión y, sobre todo, en la docencia universitaria lleva más de 20 años investigando los fenómenos de la comunicación en el ámbito deportivo. Adicionalmente, es docente en el máster de Periodismo Deportivo en la Universitat Pompeu Fabra (LinkedIn, 2022c). Su extensa carrera dentro de este sector lo convierte en una de las referencias en la investigación dentro del periodismo deportivo. Asimismo, José Luis Rojas ha publicado los libros: *En Antena. Libro de estilo del periodismo oral. Cadena SER*; *Periodismo deportivo de manual*; *Alto y claro. Guía de pronunciación para la cobertura periodística de grandes eventos deportivos internacionales*; *Libros de Estilo y Periodismo Global en Español*; *Periodismo Deportivo de Calidad y La Información y el Deporte*.

2. Alberto Edjogo-Owono. Comentarista en Gol Televisión.

Cuenta con muchos años de experiencia dentro de la profesión periodística. Pese a no haber cursado una carrera relacionada con el periodismo, su capacidad comunicativa le ha llevado a tener mucha relevancia dentro del periodismo deportivo en el último lustro. Desde 2011 ha estado trabajando en Gol Televisión, BeIN Sports (España) y Míster Underdog como analista y

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

comentarista (LinkedIn, 2022b). En su etapa anterior a su incorporación a los medios de comunicación, Alberto Edjogo se dedicó al fútbol profesionalmente durante 13 años (2001-2014) y donde consiguió representar a la selección de Guinea Ecuatorial en un partido clasificatorio para la Copa Africana de 2004. Entre los clubes a los que representó destaca el CE Sabadell, Badalona B y el Olímpic de Xàtiva (Wikipedia, 2022). Además, Alberto Edjogo-Owono ha publicado un libro sobre el fútbol africano: *Indomable: Cuadernos de fútbol africano* (Panenka, 2019).

3. Miguel Quintana. Periodista deportivo en la “Pizarra de Quintana”.

Cursó el grado de periodismo en la Universidad Complutense de Madrid, donde no finalizó la carrera para ejercer, justamente, en 2012 de periodista deportivo (LinkedIn, 2022d). El primer proyecto periodístico fue en Ecos de Balón, donde ejerció de redactor, locutor y creador de contenido en la página *web* del medio, YouTube y como locutor en la emisora Libertad FM. Tras más de nueve años de colaboración, Miguel Quintana trabajó dentro de OneFootball como coordinador, donde entró en 2016. Asimismo, un año más tarde, se unió a Radio Marca como colaborador. Poco después, ejerció como redactor en la revista Panenka, y justo al mismo tiempo creó su propio canal de YouTube. Este proyecto impulsó su carrera dentro del periodismo deportivo. Así en 2020, Miguel Quintana abandonó OneFootball y anunció Míster Underdog como su nuevo programa en YouTube con el que sigue hasta el día de hoy. En paralelo, este periodista inauguró un nuevo programa en Radio Marca llamado “La Pizarra de Quintana” (Ibid, 2022).

4. Fernando Evangelio. Periodista deportivo en la cadena COPE.

Licenciado en la Universidad CEU San Pablo (1999-2006). Se trata de un periodista deportivo con mucho bagaje dentro de la profesión (LinkedIn, 2022e). En sus inicios ejerció de comentarista en Localia TV, donde comentaba partidos de selecciones nacionales y de la Copa del Rey en España. Tras casi dos años en esta etapa (2003-2005), Fernando Evangelio trabajó como redactor de suplementos especiales de temática deportiva en GMP Prisa

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

(2005-2006). Poco después, en 2008, se incorporó a Localia TV para desempeñar labores de redacción y edición de vídeos para el programa “Va de Fútbol”. Asimismo, durante estos primeros años dentro de la profesión compaginó trabajos al mismo tiempo en Canal+ España, donde fue comentarista de partidos de fútbol internacional. En 2010 se unió a la cadena SER y la cadena COPE como comentarista, analista, narrador, reportero y guionista.

De igual forma, ha realizado una extensa cobertura de Mundiales y Eurocopas. Por otro lado, ha sido enviado especial a los Mundiales de fútbol Brasil 2014 y Rusia 2018. De igual manera, ha creado varios programas radiofónicos deportivos como “Play Fútbol” en cadena SER (formato exclusivo para internet) y “This is Fútbol” en la cadena COPE (formato exclusivo para internet). En los últimos años, Fernando Evangelio ha combinado su labor periodística en los medios convencionales como locutor y presentador en Tiempo de Juego, El Partidazo (antes Partido de las 12), La Hora Maldini, Deportes COPE y programas especiales con plataformas como Twitch, donde comenta la actualidad del mundo del fútbol (Ibid, 2022).

5. Carlos Reynoso. Creador de contenidos en YouTube.

Licenciado en la Universidad del Valle de Atemajac (México) en Ciencias y Técnicas de la Comunicación (2013-2016). Sus primeros pasos dentro de la comunicación deportiva fueron de la mano de Televisa Deportes como editor de vídeos (LinkedIn, 2022f). Desde 2013, Carlos Reynoso ha compatibilizado su canal principal de YouTube (KC Deportes) con trabajos en instituciones deportivas como la National Football League (NFL), donde trabaja como *channel manager* desde 2021 y el periódico independiente Reforma (Ibid, 2022).

6. Chus Rodríguez. Periodista deportivo en Radio Marca Valladolid.

Cursó el grado de Periodismo en la Universidad de Valladolid, donde no terminó la carrera para emprender su propio proyecto periodístico. En 2009 y tras una

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

serie de colaboraciones con Radio Marca nacional en Valladolid, Chus Rodríguez decidió abrir en Valladolid una emisora de Radio Marca a nivel local. Desde ese mismo año hasta la actualidad ha presentado “Directo Marca Valladolid” (Revenge, 2019). Además, compagina su labor dentro de la emisora local con su trabajo como jefe de prensa del VRAC Quesos Entrepinares (VRAC Quesos Entrepinares, 2022).

7. Andrés Weiss. Periodista deportivo en La Media Inglesa.

Licenciado en grado de Historia en la Universidad de Santiago de Compostela (2017-2021). Actualmente, Andrés Weiss se encuentra cursando el máster de Periodismo Deportivo en la Universidad Villanueva. Su experiencia dentro del mundo del periodismo comenzó en la revista digital Solobasket, donde trabajó como redactor desde el año 2019 hasta 2020. Poco después, se incorporó al medio de comunicación La Media Inglesa como redactor *web*. Además, en 2021, se incorporó al equipo de Eurosport a través de un convenio de prácticas. Desde el mes de abril se ha incorporado a La Media Inglesa como principal *community manager* de este medio de comunicación (LinkedIn, 2022g). Por otro lado, compagina en la actualidad sus labores en medios de comunicación con su canal de YouTube, especializado en fútbol alemán, donde en el último año ha conseguido más de 2900 suscriptores (YouTube, 2022a).

8. Andrés Onrubia Ramos. Comunicador y experto en fútbol francés.

Su carrera dentro de los medios de comunicación deportivos inició de la mano de Sphera Sports en 2012. Durante seis años fue colaborador de este medio digital. En 2017, Andrés Onrubia se unió al equipo de Radio Marca como colaborador puntual en temas relacionados con el fútbol francés. Además, fue comentarista de la Ligue 1 ocasionalmente dentro de esta emisora. En 2021 se marchó de Radio Marca para ser corresponsal de Gol Televisión en París. También, compagina su labor en esta cadena con sus colaboraciones dentro de la cadena SER comentando partidos del París Saint-Germain. Por otra parte, colabora con el diario As como redactor desde 2019 (LinkedIn, 2022a). En paralelo a su experiencia dentro de los medios de comunicación, emprendió

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

de la mano de su propio canal de YouTube, donde ha logrado llegar a los 13.000 suscriptores (YouTube, 2022b).

2.2.2 Diseño y procedimiento

El presente trabajo se ha fundamentado en la investigación cualitativa a través de la entrevista en profundidad. El cuestionario inicial contenía una lista de 12 preguntas comunes para todos los entrevistados pero que, conforme las respuestas y las competencias de cada periodista, el entrevistador ha tenido que mostrar flexibilidad para “profundizar en áreas temáticas no previstas y se adentre en la subjetividad del entrevistado, en sus sentimientos, actitudes, pensamientos y motivaciones reales” (Bailey, 1987, p. 191, cit. en Berganza y Ruiz, 2010).

Los resultados alcanzados en esta investigación son producto de las entrevistas realizadas, que han sido confeccionadas y elaboradas en diferentes etapas. Durante la primera etapa, se desarrolló el planteamiento inicial de la investigación, que se modificó tras una serie de reuniones con el tutor del presente trabajo con el fin de acotar el objeto de estudio hacia una temática más específica. Más adelante, se profundizó en los aspectos más teóricos elaborando un estado de la cuestión. Para ello se acudió a libros, artículos de revistas especializadas, artículos de referentes de la investigación en esta temática, informes, tesis doctorales y trabajos de fin de grado. Además, se elaboró una lista de posibles entrevistados para, posteriormente, contactar con cada uno de ellos por medios de tres vías: correo electrónico, redes sociales y terceras personas. En una segunda etapa, y tras la revisión bibliográfica, se confeccionaron dos cuestionarios. Posteriormente, se elaboró el cuestionario final para la entrevista en profundidad que constó de 12 preguntas abiertas sobre la base teórica del presente trabajo.

Esta revisión teórica dio paso a la tercera fase de la investigación, donde se determinaron las fechas de las entrevistas con los periodistas. Una vez definidas las fechas, se realizaron las entrevistas con los periodistas

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

contactados entre el 22 de abril de 2022 y el 18 de mayo de 2022. Con motivo de la presente investigación, se pidió el consentimiento de cada uno de los entrevistados para grabar las entrevistas que, posteriormente, fueron analizadas para la elaboración de los resultados e incluidas en los anexos del trabajo. Dada la dispersión geográfica de cada uno de los entrevistados, se optó por realizar las entrevistas por medio de tres vías: mediante audios de voz, llamadas telefónicas y videollamadas.

La cuarta consistió en sintetizar los resultados de estas entrevistas que sirvieron para añadir las conclusiones finales del presente trabajo, respondiendo a las hipótesis y preguntas de investigación planteadas inicialmente. Finalmente, la quinta y última etapa consistió en la revisión y corrección de errores. En la siguiente tabla se puede ver detallada la temporización de cada una de las etapas del presente trabajo:

Tabla 1. Temporización final

Día/mes	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA					
oct-21						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
nov-21	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30						
dic-21			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
ene-22						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
feb-22			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28						
mar-22			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
abr-22					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
may-22						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
jun-22			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				

Leyenda

	Primer planteamiento del trabajo y su viabilidad
	Investigación teórica
	Elaboración de cuestionarios y realización de entrevistas
	Elaboración de resultados y conclusiones
	Revisión y corrección de posibles errores

2.2.3. Instrumentos

Tomando como base la revisión bibliográfica y el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación de la Aneca (2005) que describe los conocimientos y competencias de los cuatro perfiles periodísticos profesionales, se elaboró un

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

cuestionario con preguntas comunes para todos los entrevistados. Así como preguntas específicas para cada uno de los periodistas en función de sus años de experiencia dentro de la profesión, tareas específicas y su perfil periodístico. Los cuestionarios de Alberto Edjogo-Owono y José Luis Rojas Torrijos son diferentes a los del resto de los entrevistados. La lista de preguntas comunes del cuestionario de la entrevista fueron las siguientes:

- ¿Cómo ha afectado esta era digital a la información deportiva?
- ¿Son viables estas plataformas alternativas en la carrera de un joven periodista?
- ¿Cuáles son las características básicas de los nuevos perfiles en el periodismo deportivo?
- ¿Consideras que los nuevos perfiles periodísticos aparecen como consecuencia de un problema de base en la profesión?
- ¿Consideras que en cierta manera los *youtubers* y los *streamers* están teniendo una gran influencia dentro del periodismo y, en concreto, del periodismo deportivo?
- Los cuatro perfiles periodísticos profesionales que describe el Ministerio de Universidades en 2005 son los de redactor en medios de comunicación; responsable de prensa para instituciones; investigador, docente o consultor de la información y el gestor de portales o editor de contenidos, ¿crees que se mantienen hoy en día?
- Con la falta de oportunidades en el mercado laboral, dentro de estos nuevos perfiles profesionales aparece el periodismo emprendedor, un tipo de periodismo que ofrece una libertad total al experto de la comunicación e información, pero que tiene un alto riesgo por la incertidumbre laboral. ¿Consideras que el periodismo emprendedor será uno de los pilares para muchos periodistas deportivos en el futuro?
- ¿Qué tipos de conocimientos disciplinares deben de tener estos periodistas deportivos?
- Entendiendo el contexto actual del periodismo y volviendo a los conocimientos disciplinares y competencias profesionales en los que el

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Ministerio de Universidades define a los cuatro perfiles periodísticos “tradicionales”, ¿consideras que estamos ante la que podría ser la generación de periodistas deportivos más preparada?

- ¿Son estos nuevos perfiles profesionales en el periodismo deportivo la punta del *iceberg* de lo que será el futuro del periodismo deportivo?
- ¿Qué características comunes consideras que tienen estos nuevos perfiles periodísticos que han aparecido en plataformas como Twitch, YouTube, IVoox u otros soportes?
- Volviendo al tema de los perfiles profesionales definidos por el Ministerio de Universidades, ¿Qué tipos de competencias crees que son las que faltan en la mayoría de los periodistas deportivos en la actualidad?

3. MARCO TEÓRICO

3.1. La evolución del periodismo

A lo largo de la historia, las revoluciones sociales, así como las revoluciones tecnológicas han tenido un impacto en los estilos de vida de la población (Pérez, 2021). El siglo XIX fue clave, ya que la Revolución Industrial transformó la sociedad occidental con la introducción de la política moderna, las nuevas herramientas de trabajo y con los avances tecnológicos (Ibid, 2021). El periodismo se consolida a mediados del siglo XIX y se autodetermina como una actividad informativa (Gargurevich, 2011).

El siglo XXI marca un panorama distinto para el periodismo. Cada avance tecnológico estuvo estrechamente relacionado con la aparición de nuevos medios de comunicación en el periodismo (Robledo-Dioses, 2017). Primero la imprenta de Gutenberg, cuatro siglos más tarde la radio y finalmente a mediados del siglo XX la televisión. No obstante, a finales de este último siglo, el periodismo se adentra en lo que se denomina como la era digital (Palarea, 2012; García, 2013, cit. en Robledo-Dioses, 2017).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

La penetración de internet ha facilitado la transición de una comunicación unidireccional de los medios de comunicación a una bidireccional (Robledo-Dioses, 2017). La información se liberaliza y ahora los usuarios en internet tienen la suficiente autonomía para acudir a distintas fuentes en busca de información (Codina, 2001). Así pues, nace la figura del prosumidor. El público deja de ser un elemento pasivo para transformarse en un elemento complejo y activo dentro de la información (Kovach y Rosenstiel, 2012, cit. en Robledo-Dioses, 2017).

Según De Almeida y De Sousa (2006), internet nos introduce a una nueva forma de entender la comunicación y la socialización de las informaciones gracias a las novedosas y efectivas herramientas para la investigación y la búsqueda de información que facilitan la labor periodística. Barbosa (2012) argumenta que, gracias a este soporte, aparecen “el lenguaje multimedia, la hipertextualidad, la interactividad y la simultaneidad que hacen que los productos periodísticos de la red consigan adherir novedosas formas de presentación y contenido”.

A raíz de este invento aparecen las *webs*, los *blogs*, las redes sociales, las plataformas de creación de contenidos y *streaming* que marcan las pautas del futuro en el ámbito periodístico.

3.1.1. La influencia del ciberperiodismo

El desarrollo de los cibermedios, apoyados por el avance tecnológico en los últimos veinte años ha desembocado en la aparición de un periodismo adaptado a la digitalización: el ciberperiodismo.

Según Salaverría (2008), el ciberperiodismo es “una nueva forma de hacer periodismo, con características propias”. Esta nueva forma de periodismo surge del periodismo tradicional con todas sus características básicas y se ajusta a un nuevo entorno, el digital. Sin embargo, el ciberperiodismo ha logrado complementar estas características con una nueva forma de redactar

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

y estructurar los textos, pero que a su vez otorga una mayor importancia a los lectores. La comunicación con estos usuarios ha cambiado, ya que la interacción se integra como un elemento fundamental dentro del ciberperiodismo. Como resultado, han surgido tres características principales: la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

En el aspecto económico, los medios digitales nativos siguen tanteando diferentes modelos de negocio que combinan la publicidad digital y el pago por contenido con otros métodos basados en la fidelización de sus consumidores (Agirre, Murua y Zabalondo, 2020). Las fuentes de ingresos en los medios digitales son variadas, sin embargo, varias investigaciones en diferentes ámbitos geográficos apuntan a que la publicidad sigue siendo la piedra angular de la financiación en gran parte de los medios digitales (Ibid, 2020).

Los datos muestran que de más de 3.000 medios digitales en toda España, tan solo entre el 30% y 40% consiguen permanecer viables económicamente (Salaverría, Martínez y Breiner, 2018; Sembramedia, 2018, cit.en Tejedor, 2020). La evolución constante que adoptan los cibermedios para cumplir las nuevas formas de consumir información de los usuarios digitales a la vez que aparecen nuevos proyectos periodísticos especializados y en nuevos ámbitos temáticos tienen como objetivo cumplir las expectativas económicas y del impacto mediático en las que se rigen los medios de comunicación actuales (Neuberger, Nuernbergk y Langenohl, 2019, cit. en Tejedor, 2020). En la misma línea inciden autores como Rodríguez y Soloaga (2017) sobre la importancia de apostar por la elaboración de contenidos de elevada calidad como principal herramienta en la obtención de un retorno económico significativo (Tejedor, 2017).

Internet ha alterado la praxis del periodista tradicional desde el instante que se introdujo la tecnología digital en las redacciones. Desde entonces, se han agregado las herramientas que emergieron en la etapa de la *web 2.0* que

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

proporcionan la capacidad de crear y compartir información y opiniones con otros usuarios de la red (Rodríguez, 2017 y Codina, 2021).

3.2. La evolución del periodismo deportivo

En palabras de Antonio Alcoba, el periodismo deportivo es “la información que se dedica, en exclusividad, al tratamiento específico de todo lo que sucede en el mundo del deporte” (Alcoba, cit. en Calderón, 2017). Otra acepción sería la que dan Salomé Berrocal y Carlos Rodríguez-Maribona: “La prensa deportiva es aquella cuyos contenidos informativos están relacionados con el deporte en cualquiera de sus modalidades” (Calderón, 2017).

El fenómeno del deporte se ha globalizado gracias a su nexos con los medios de comunicación que, acertadamente, han logrado sacar un gran rendimiento a esta rama informativa (Rojas, 2014). El seguimiento de los grandes eventos deportivos de las distintas cadenas de televisión y su alcance dentro de la población ha provocado que se establezca como uno de los fenómenos que han fomentado la globalización del planeta. La relación entre el deporte a nivel local, nacional e internacional ha significado y la sociedad ha desembocado en unos números que sitúan a la información deportiva entre los contenidos informativos más demandados y consumidos en muchos países de la Europa Meridional y América Latina (Ibid, 2014a).

El periodismo deportivo ha vivido un gran desarrollo en las últimas décadas a través de su estructura interna, las herramientas o canales para ejercer la comunicación y los cambios en los formatos para la creación de contenidos (Ibid, 2014b). Se trata de una de las ramas más innovadoras y sujetas al cambio dentro del periodismo.

El periodismo deportivo tiene sus raíces en las dos últimas décadas del siglo XIX. De hecho, en España, las primeras publicaciones deportivas se remontan a mediados del siglo XIX influenciadas por el periodismo anglosajón y francés. En 1859, la Armería de Barcelona lanzó la primera cabecera deportiva española, *El Cazador*. Se trataba de una revista de periodicidad quincenal y

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

destinada a la caza (Berasategui 2000, p. 156). Aunque no fue hasta el 1 de febrero de 1906 cuando se publicó el primer diario especializado español, el Mundo Deportivo, que en sus inicios tenía una periodicidad semanal (Berasategui, 2000, p. 158; Marín, 2000, p. 244).

Según Marín (2000), “los primeros informadores de temas deportivos en los periódicos no fueron periodistas, sino escritores aficionados a un fenómeno incipiente, que realizaban comentarios con el estilo propio de la época, retórico y floreado”. Con la popularización de la radio comienzan a irrumpir los grandes programas deportivos. A partir de la década de los cincuenta empieza a popularizarse esta rama periodística gracias a la masificación de la radio en los hogares y a un mayor poder adquisitivo de los españoles, en contraste con la situación económica vivida tras la Guerra Civil (Calderón, 2017).

De la década de los cincuenta hasta principios de los setenta se conoce como la “edad de oro del periodismo radiofónico” en España. Los locutores que tuvieron un gran impacto en la popularización del periodismo deportivo fueron Vicente Marco, Enrique Mariñas, Juan Martín Navas, Eduardo Ruiz de Velasco y Matías Prats (Checa, 2005, p. 2, cit. en Calderón, 2017).

La televisión irrumpe en la escena mediática con mucho retraso en España. Inicialmente, su crecimiento fue lento. En palabras de Joseba Bonaut, “en el proceso de descubrimiento de un nuevo medio y sus posibilidades expresivas, la programación deportiva tuvo un papel relevante al abanderar la puesta en marcha de las retransmisiones en exteriores” (Bonaut, 2008, cit. en Calderón, 2017). Televisión Española fue la pionera en el panorama deportivo dentro del periodismo en este nuevo medio. Los primeros programas deportivos en esta cadena eran de carácter experimental. El primer precedente surge en unos magazines de contenido variado en una sección llamada Deportes. El primer colaborador de la historia fue Carlos Alcaraz, redactor jefe de la sección de deportes de RNE (Calderón, 2017).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

3.2.1. Internet como motor de cambio en el periodismo deportivo

Marín (2006) indica que, en la actualidad, con la expansión acelerada de internet, las páginas *web* y los *smartphones*, están emergiendo unos nuevos modelos de comunicación más singulares, flexibles, interactivos y participativos.

Los procesos comunicacionales se van transformando de acuerdo con las exigencias del entorno. Con el nacimiento de internet y el auge de la comunicación digital se han modificado los hábitos de consumo (García, Martínez y Bonales, 2022). La inmediatez que ofrece internet en todos los sentidos ha superado a la televisión y la audiencia, cada vez más impaciente, transita del medio audiovisual por excelencia a un soporte que presenta contenidos a la carta (García et al., 2022).

El mundo del deporte se ha caracterizado por su rápida adaptación al nuevo contexto comunicativo digital. Así, las entidades deportivas han sido pioneras en la explotación comunicativa de las nuevas tecnologías digitales (Ballesteros, 2021), empleando sitios *web*, redes sociales y telefonía móvil para “la gestión y el diálogo social con los asociados, generando nuevas herramientas de *marketing* y comunicación” (Moragas, p. 415), lo que les ha permitido ofrecer a sus aficionados desde información de actualidad (resultados, información en directo, crónicas de partidos) a videojuegos, compra de entradas o monografías de jugadores.

En efecto, el periodismo deportivo ha provocado una oleada de nuevos medios de comunicación, donde dan a luz proyectos periodísticos, micromedios y medios de comunicación que buscan en la diferenciación de su contenido y originalidad del producto su espacio dentro de la comunicación deportiva. Así queda reflejado en el Informe Anual de la Profesión Periodística, publicado en diciembre de 2013 por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Esta obra señala al periodismo deportivo como uno de los campos informativos más emprendedores con alrededor del 10% de los 297 nuevos medios digitales,

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

impresos y audiovisuales puestos en marcha por profesionales en España desde el año 2008.

Por esa razón, el nuevo formato de producción de contenidos se cimenta en soportes digitales, donde la mayoría de los internautas, periodistas y deportistas consumen los contenidos digitales. En paralelo, el periodismo deportivo ha encontrado otras fórmulas para presentar la información a través de: la representación multimedia, reportajes, gráficos mejorados y estadísticas (Rojas, 2014). Según Lozano y Gómez, la industria deportiva busca implicar constantemente a los medios de comunicación para mantener la relación entre el deporte y la comunidad.

La versatilidad de esta rama dentro del periodismo implica en la aparición de un nuevo escenario digital en el cual los *social media* ocupan un papel trascendental en el flujo de la información deportiva (Rojas, 2014). El éxodo de los consumidores de los medios tradicionales al entorno digital se ha acelerado con la aparición de dispositivos como los *smartphones* o *tablets* que presentan aplicaciones en las cuales permiten que “cualquier ciudadano en cualquier lugar pueda acceder al instante a los últimos resultados o declaraciones de su equipo o de su deportista favorito, solo con pasar el dedo por la pantalla” (Salaverría y García Avilés, 2008).

3.3. Los perfiles profesionales del periodismo deportivo

Los perfiles periodísticos han sufrido constantes cambios a lo largo de la historia del periodismo. Inicialmente, “los periodistas han tenido que asumir tareas que tradicionalmente eran propias de otros profesionales, lo que les ha forzado a desarrollar un perfil más complejo y exigente” (Masip y Micó, 2009, cit. en Sánchez, Campos y Berrocal, 2015). El Diccionario de Periodismo, coordinado por el profesor Ángel Benito (2001) y en el que intervienen célebres teóricos, define al periodista como “profesional que realiza funciones informativas en cualquier medio de comunicación: prensa, radio y televisión,

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

especialmente”. Por otro lado, la Real Academia Española (RAE) precisa la palabra periodista con las siguientes definiciones:

1. Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo.
2. Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información y creación de opinión.

En cuanto a los perfiles periodísticos, Hawes y Corvalán (2005) dibujan la figura del perfil profesional periodístico como una persona cualificada para ejercer una serie de labores esenciales de la profesión con un alto grado de eficiencia. Como alternativa, estos mismos autores explican el perfil periodístico en dos acepciones:

1. El perfil profesional como conjunto de rasgos identificadores de competencias de periodistas recién graduados de la universidad. Este perfil corresponde al llamado “profesional básico”.
2. El perfil profesional como individuo que tiene una vasta experiencia desempeñando su labor dentro del periodismo y con muchos conocimientos. Este perfil es denominado como el “profesional experto”.

Adicionalmente, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (Aneca, 2005) tiene estructurada la funcionalidad del periodista en base a cuatro perfiles profesionales como los siguientes:

- Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte.

Se trata de un perfil que domina los elementos básicos de los soportes tradicionales o digitales. Este profesional crea contenidos periodísticos que involucran diferentes géneros dentro de la profesión. Como tarea fundamental, este periodista debe ejecutar las tareas propias de un redactor, reportero, presentador e, incluso, director de alguna sección en específico.

- Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

“Profesional que trabaja en el gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada para coordinar o ejecutar cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad” (p. 191).

- Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación.

Profesional que es especialista en la investigación. Se trata de un periodista capacitado para analizar los fenómenos y los procesos de comunicación dentro del periodismo. Además, se trata de una figura que combina su labor como investigador con la docencia en “las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación” (p. 191).

- Gestor/a de portales y editor/a de contenidos.

Este perfil dentro de la redacción tiene funciones asociadas a la edición de contenidos para empresas editoras o de producciones informativas y culturales. Este profesional se especializa en “el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos” (p. 192) por medio de cualquier plataforma digital.

3.3.1. Los perfiles y cargos periodísticos tradicionales en los medios impresos

La historia del periodismo es también el testimonio de cómo las formaciones asociadas a la cadena de suministro periodístico han ido cambiando o desapareciendo, adaptándose a los tiempos. En las redacciones, la profesión ha sido sacudida por el tsunami tecnológico, las funciones de “elaboración de contenidos, su publicación en un medio y la selección de la agenda-*setting*” ya no son exclusivas del periodista (Palomo, 2013, cit. en Ufarte y Sobrados, 2020). Vinculado a esto, Palomo (2013) manifiesta que la polivalencia tecnológica implantada a finales del siglo XX ha significado el reciclaje forzado de los perfiles tradicionales dentro del periodismo.

Mientras tanto, el Informe Anual de la Profesión Periodística 2018 aclara que muchos de los perfiles tradicionales siguen perseverando en los medios impresos convencionales. Dentro de los perfiles periodísticos tradicionales se destacan cargos como el del editor, director, director adjunto, subdirector, redactor jefe, jefe de sección, redactor, corresponsal y fotógrafo, que son

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

definidos en obras como los Diccionarios de Periodismo de Antonio López de Zuazo (1976), José Martínez de Sousa (1981) y José Javier Muñoz (2000) para definir las figuras periodísticas anteriormente mencionadas.

3.3.2. Los perfiles periodísticos tradicionales en los medios audiovisuales

Los cambios dentro de la escena periodística han supuesto la aparición de nuevos perfiles periodísticos. No obstante, el Informe Anual de la Profesión Periodística (2018), revela que la televisión en abierto sigue dominando la industria televisiva. En este contexto cambiante dentro de la profesión, muchos perfiles dentro de los medios audiovisuales se mantienen en el núcleo de las redacciones. El Informe Anual de la Profesión Periodística destaca los perfiles tradicionales que se conservan en los medios audiovisuales hoy en día:

- Presentador de informativos. Este perfil se encarga de presentar el espacio de noticias en radio y televisión. Desempeña varias funciones como la de locutor e introductor de las diversas secciones de un programa (Ufarte y Sobrados, 2020).
- Editor de informativos. Este periodista se responsabiliza de seleccionar los contenidos adecuados de un informativo en base a la ideología del medio de comunicación. Como función principal, el editor de informativos confecciona conjuntamente con la redacción la escaleta del día y el orden de las noticias. En caso de irrumpir una noticia de última hora, el orden de la escaleta puede cambiar durante el directo (Ibid, 2020a).
- Redactor. Desempeña funciones informativas dentro de la radio y la televisión. Igualmente, asume la responsabilidad de elaborar los guiones de las intervenciones de los presentadores y de las entrevistas (Ibid, 2020b).
- Corresponsal. Se trata del redactor que se desplaza a destinos nacionales o internacionales con el objetivo de cubrir noticias de mucha relevancia como elecciones electorales, catástrofes naturales, eventos deportivos o sociales de gran trascendencia mediática (Ibid, 2020c).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

- Director de programa. Es el máximo responsable del contenido del programa. Este periodista coordina a todo el equipo que participa en el programa y participa en todas las fases de elaboración del programa (Ibid, 2020d).
- Director de informativos. Se responsabiliza del correcto funcionamiento de todos los elementos de los programas informativos (Ibid, 2020e).

Sin embargo, con la aparición de las nuevas tecnologías y las exigencias laborales, el perfil tradicional del periodista ha sobrellevado otra modificación en los últimos años. Tanto los conceptos de periodismo y periodista, como la delimitación de funciones y perfiles de los profesionales de la información, han experimentado una importante evolución en la última década (Sánchez et al., 2015). Un debate que reaparece en la actualidad con el telón de fondo de las herramientas tecnológicas que, más allá de cuestiones puramente técnicas, provocan la búsqueda de nuevos modelos de negocio, reorganización de estructuras mediáticas, nuevas narrativas, así como cambios de competencias y roles periodísticos (Ibid, 2015).

3.3.3. Los nuevos perfiles periodísticos dentro de la convergencia digital

A raíz de la popularización de los contenidos digitales, han surgido figuras emergentes para tapar un vacío dentro de la actividad periodística (Sánchez et al., 2015). Los profesionales de la comunicación e información han tenido que reciclarse, aprender a trabajar con las herramientas 2.0 entendidas como “aquellas surgidas de la *web* 2.0 o “*web* social” que permiten dejar de ser un receptor de comunicación y pasar a tener la oportunidad de crear y compartir información y opiniones con los demás usuarios de internet” (Ibid, 2015).

El periodista tradicional necesita reconvertirse, especialmente en el ámbito *online*, que está muy relacionado con el fomento de nuevas narrativas, la gestión de las redes sociales y las nuevas fuentes de información. Por un lado, el periodista debe reforzar su papel de “experto *gatekeeper*” porque en “un entorno de creciente complejidad y proliferación de mensajes, cobra renovada importancia el papel del periodista como clarificador, selector, guía, filtro,

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

anticipador, prescriptor, compresor” (Diezhandino, Aguago, Carrera, Fernández, Martín y Muro, 2012, cit. en Sánchez et al., 2015).

La transición forzada de las técnicas convencionales dentro del periodismo ha significado que los profesionales de la comunicación tengan que ampliar sus conocimientos en otras áreas que pertenecían a personas especializadas. “Los periodistas han tenido que asumir tareas que tradicionalmente eran propias de otros profesionales, lo que les ha forzado a desarrollar un perfil más complejo y exigente” (Masip y Micó, 2009, cit. en Sánchez et al., 2015). Aunado a esto, autores como Scolari (2008) y Hamilton (2016) concluyen en la necesidad de reciclar los conocimientos anteriores de los periodistas veteranos para adaptarse a las nuevas innovaciones dentro del periodismo. Ambos coinciden en la obligación de evolucionar hacia un “periodista con un perfil polivalente”.

Una considerable parte de los periodistas pertenecen a tres grandes categorías: el periodista multimedia (opera en diferentes soportes), el periodista multitarea (asume varias tareas simultáneamente) y el periodista multiplataforma que produce y difunde su trabajo por diferentes canales (Sánchez et al., 2015). Dentro de los conceptos anteriormente mencionados como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, se ven potenciados por la convergencia digital y son fundamentales para la aparición de los nuevos perfiles periodísticos (Marques, Roca y Singla, 2016):

- La hipertextualidad: proporciona el acceso de manera multidireccional y que ofrece como principal uso dentro de la esfera periodística la capacidad de fragmentar las noticias e interconectarse a través de hiperenlaces.
- La multimedialidad: proporciona la capacidad de utilizar el texto, la fotografía, los gráficos, las animaciones digitales, la música, los vídeos o los elementos interactivos para enriquecer la narrativa multimedia periodística (Salaverría, 2014).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

- La interactividad: facilita la interacción con la audiencia a través de los comentarios y la personalización del contenido a través de los datos recabados por ellos.

Al mismo tiempo y dentro de la labor periodística aparecen otras tres concepciones esenciales para entender la aparición de los nuevos perfiles periodísticos dentro de la digitalización del contenido informativo (Marques et al., 2016):

- La instantaneidad: este elemento se atribuye a una nueva manera de producir contenidos y con una audiencia que tiene acceso instantáneo gracias a internet, ya sea desde su casa o cualquier localización, donde pueden acceder a través de los dispositivos *smart*, las redes sociales y las diferentes plataformas digitales. Las rutinas productivas se ven afectadas directamente por la instantaneidad a raíz de la demanda constante de informaciones a tiempo real que requieren una mayor agilidad en “la obtención de fuentes y noticias, la verificación de hechos, su redacción y formateo y posterior distribución” (Bradshaw, 2014, cit. en Marques et al., 2016).
- La personalización: la adaptación de los contenidos en base a las necesidades de una audiencia específica.
- La ubicuidad: tiene como referencia al periodismo ciudadano como una de las consecuencias de la pérdida del monopolio de la producción de contenido por parte de los grandes medios (Pavlik, 2014, cit. Ibid, 2016).

En paralelo, se manifiesta una tendencia entre los jóvenes periodistas menores de treinta años. Estos profesionales de la información han crecido en un entorno digital sin pasado analógico y que se han ido integrando a las redacciones de los distintos medios de comunicación tras la llegada de internet. Las nuevas generaciones de periodistas están creciendo con las nuevas dinámicas profesionales que requieren de una mayor polivalencia en todos los sentidos, “el reciclaje permanente y el teletrabajo” (Scolari et al., 2008).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Como consecuencia del contexto actual de la digitalización han surgido varias figuras dentro de la actividad periodística como la de *community manager*, periodista multimedia o “hiperperiodista”, periodista de datos y el editor de contenidos. Estos perfiles emergentes han obtenido una mayor relevancia en las últimas investigaciones en universidades sobre los perfiles periodísticos. Esta tendencia se agudiza, sobre todo, a mediados de la segunda década del siglo XXI (Sánchez, García, López y Vázquez, 2019). Los perfiles comunes en investigaciones recientes (Ibid, 2019) son:

1. *Community manager*
2. Periodista multimedia
3. Periodista de datos
4. Editor o gestor de contenidos

El perfil emergente más destacado de acuerdo a las investigaciones realizadas en este área es el del *community manager*, también denominado como gestor de redes sociales o comunidades *online* (Sánchez et al., 2019). La función principal que se le atribuye a esta figura es la de intermediación entre la empresa periodística y el usuario en las redes sociales. Igualmente, se “relaciona con las comunidades *online*, centrado en la gestión y dinamización de los diversos canales en red de un medio o gabinete para lograr la vinculación del público con la marca” (Ibid, 2019).

Por otro lado, según afirman Hernández, Silva y Rivera (2013) el *community manager* debe tener un amplio conocimiento de los distintos canales de comunicación y establecer cuál es el adecuado para llevar a cabo los distintos objetivos planteados dentro de la empresa, y tener capacidad en la toma de decisiones para poder generar el mayor impacto posible dentro de la plataforma digital seleccionada (Ibid, 2013).

En segunda instancia destaca el perfil del periodista multimedia, denominado como periodista polivalente, multitarea o “hiperperiodista”. Se trata de un

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

profesional de la información que tiene la capacidad de producir contenidos informativos para difundir por medio de diferentes canales de comunicación, plataformas, formatos o soportes que poseen conocimientos de diversas herramientas multimedia (Hernández et al., 2013).

En ese mismo contexto aparece el tercer perfil periodístico emergente, el periodista de datos o denominado como “analista de datos”. Se determina como un periodista que gestiona numerosas bases de datos para, posteriormente, elaborar un análisis y verificar dichos números. Aunado a esto, el periodista de datos debe convertir estos datos en “una información que explica una realidad mediante una narrativa multimedia propia” (Ibid, 2013a). El cuarto perfil emergente preeminente es el de editor de contenidos. Se trata de uno de los primeros en aparecer, considerado dentro del catálogo de perfiles de la Aneca (2005). Este profesional tiene como función principal la de encontrar, filtrar, organizar, presentar y compartir información digital centrado en un ámbito en específico a la que se le otorga sentido (Ibid, 2013b).

3.3.4. El periodismo emprendedor y su aplicación al periodismo deportivo

El incremento en el paro de los periodistas y la popularización de internet supuso un cambio radical en la profesión. En el entorno digital comienza a surgir un periodismo diferente a lo visualizado tradicionalmente (Manfredi, Rojas y Herranz de la Casa, 2015). Con esta situación y la aparición de internet como un nuevo formato para iniciativas periodísticas, se fomenta el desarrollo del periodismo emprendedor. A raíz de los problemas económicos y la falta de oportunidades dentro de la profesión, los periodistas comenzaron a crear proyectos de comunicación, muy frecuentemente en el ámbito digital, para sacar rentabilidad económica a su trabajo y obtener una mayor flexibilidad en la toma de decisiones (Ibid, 2015a).

Estos proyectos periodísticos suponen una reducción de los costes de producción e inversión, pero a su vez un mayor dinamismo y velocidad de adaptación a un posible cambio (Ibid, 2015b). Según estos autores, estas iniciativas periodísticas tienen cinco características compartidas dentro del

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

periodismo emprendedor: la propiedad y la titularidad del nuevo medio, el entorno digital, la marca personal, la propuesta de valor y las nuevas narrativas.

1. **La propiedad y titularidad del nuevo medio:** los dueños de estos proyectos periodísticos son los propios periodistas. Estos proyectos son iniciados, en gran parte, por la voluntad de llevar a cabo iniciativas que hubieran tenido restricciones en medios de comunicación tradicionales por razones editoriales.
2. **La apuesta por el entorno digital:** la transición de un modelo analógico, pero también costoso como las cabeceras en papel a uno digital que aprovecha las ventajas de internet. A su vez, se reducen los costes de producción e inversión y el mantenimiento de un cierto porcentaje de beneficios económicos para mantener una cabecera en números positivos.
3. **El auge de la marca personal del periodista:** con la aparición de las redes sociales, comienzan a surgir figuras llamadas *influencers* en distintos ámbitos desde el entretenimiento, el arte, la ciencia hasta la comunicación e información. Twitter surge como la red social por excelencia de los comunicadores y los profesionales ligados a la profesión.
4. **La propuesta de valor:** estos nuevos medios de comunicación buscan ofrecer propuestas atractivas para generar ingresos económicos y tener una rentabilidad que permita la supervivencia del proyecto en cuestión. Aparecen nuevos métodos para generar beneficios económicos como el *crowdfunding*, las suscripciones, los anuncios personalizados, promociones o paquetes de contenidos con una serie de descuentos con ventajas exclusivas.
5. **La creación de nuevas narrativas:** internet como herramienta ha ayudado a potenciar la creatividad en todos los ámbitos de la sociedad. Dentro de este periodismo emprendedor surgen nuevas fórmulas para ofrecer la información. La visualización de los datos, los reportajes multimedia, las infografías interactivas, el nacimiento del *big data* como

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

un fenómeno que ayuda a procesar grandes cantidades de datos y aportarlos al público de tal manera que puedan ser entendibles.

Dentro del periodismo emprendedor deportivo no existen modelos de negocio puros, sino que son el resultado de varios sistemas de financiación (Manfredi et al., 2015). En los medios de comunicación tradicionales, “el modelo de negocio se basa en el control sobre la distribución a través de una red capilar de puntos de venta, las suscripciones y la captación de inversiones publicitarias”, mientras que la arquitectura del emprendimiento periodístico se extiende hacia “componentes propios del negocio digital, que adapta la propuesta de valor y transforma las capacidades de la compañía” (Ibid, 2015a).

En tal sentido, dentro de los proyectos periodísticos emprendedores existe una tendencia en su financiación: la publicidad, *merchandising*¹, club de socios, suscripciones, ventas de contenidos exclusivos (caso Kaiser magazine football) o patrocinios (Ibid, 2015b).

4. RESULTADOS

4.1. Los conocimientos y competencias más importantes en el periodismo deportivo actual

A cada uno de los entrevistados se le realizó un formulario previo de 22 preguntas. El cuestionario se dividió en dos partes: 9 preguntas sobre los conocimientos disciplinares y 13 preguntas sobre las competencias profesionales mencionadas en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación (Aneca, 2005). De este modo, se pudieron ordenar de mayor a menor los conocimientos disciplinares más importantes para el periodismo deportivo actual, en opinión de los entrevistados.

¹ *Merchandising*: Conjunto de productos publicitarios para promocionar un artista, un grupo, una marca, etc. (Oxford Languages, 2022).

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Tabla 2. Importancia de los conocimientos disciplinares en el periodismo deportivo actual

Tipos de conocimientos disciplinares	Importancia en el periodismo deportivo actual (1-10)
Conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias	9,83
Conocimiento de la ética y deontología profesional del periodismo y del ordenamiento jurídico de la información	8,83
Conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos	8,33
Conocimiento de la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma	7
Conocimientos de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa	6,5
Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas	5,66

Fuente: Elaboración propia.

De los nueve conocimientos incorporados en el formulario, el más relevante ha sido el conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias con un 9,83. En segundo lugar, el conocimiento de la ética y deontología profesional del periodismo, así como del ordenamiento jurídico de la información (8,83) eran fundamentales para los periodistas deportivos. En tercer lugar, el conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos con un 8,33 de media. Por el contrario, el conocimiento menos relevante para este grupo de encuestados ha sido el conocimiento y evolución histórica de las

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

modalidades y tradiciones periodísticas con un aprobado (5,66). El segundo menos importante ha sido el conocimiento de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa con una media 6,5 y el tercero menos relevante ha sido el conocimiento de la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma con un notable bajo (7).

Tabla 3. Importancia de las competencias profesionales en el periodismo deportivo actual

Tipos de competencias profesionales	Importancia en el periodismo deportivo actual (1-10)
Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez comunicativa	9,50
Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas	9
Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales y nuevos	8,83
Capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos	7,5
Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con alguno de ellos de uso corriente en los medios de comunicación	7,17
Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos	7,17

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las valoraciones sobre las competencias profesionales, ninguna de ellas es inferior al notable bajo. Por un lado, los encuestados han entendido que la capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

comunicativa era la más importante (9,5). En segundo lugar, la capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas tuvo una media de 9 entre todos los encuestados. En tercer lugar, con un 8,83 de media, los entrevistados han percibido que la capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales y nuevos era una de las tres competencias más importantes para un periodista deportivo en la actualidad.

En contraste, la competencia profesional menos relevante ha sido la capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos con un 7,17 y empatado también con la comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación. Finalmente, la tercera menos importante para este grupo selecto de encuestados ha sido la capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos con una media de 7,5.

4.2. Características de los nuevos perfiles periodísticos

Los perfiles profesionales se han ido adaptando a las diferentes etapas del periodismo. Como se muestra dentro del presente trabajo en el estado de la cuestión, el periodismo ha sido testigo de los cambios tecnológicos que han empujado a que los profesionales de la comunicación e información tengan que amoldarse a los nuevos tiempos, “los periodistas han tenido que asumir tareas que tradicionalmente eran propias de otros profesionales, lo que les ha forzado a desarrollar un perfil más complejo y exigente” (Masip y Micó, 2009, cit. en Sánchez, Campos y Berrocal, 2015).

En relación con la aparición de nuevos perfiles periodísticos, José Luis Rojas Torrijos, profesor de periodismo la Universidad de Sevilla, explica que estos perfiles están experimentando una hibridación dentro del trabajo periodístico porque hay que “tener la capacidad de hacer fotografías de calidad, edición de fotografías o sonido, tener conocimientos de vídeo o tener conocimientos de programas informáticos”. Asimismo, el resto de entrevistados entienden que la polivalencia se ha instaurado en los perfiles de los jóvenes periodistas.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Por ejemplo, Andrés Weiss, redactor de La Media Inglesa, interpreta que dentro de la necesidad de dominar los diferentes elementos comunicativos que componen al periodismo en diferentes soportes, el periodista deportivo debe buscar en la especialización su salida laboral. “Creo que el periodismo especializado es una de las claves y quien dice especializarse en una liga, dice especializarse en un deporte. El que abarca muchas cosas al final no consigue abarcar ninguna porque es un peligro”. Este mismo entrevistado recalca que los nuevos perfiles periodísticos, para destacar, deben tener conocimientos avanzados de Herramientas edición, aprender varios idiomas y saber comunicar.

La situación entre los periodistas deportivos tradicionales y los nuevos perfiles se encuentra en la libertad para tomar decisiones. En esta misma línea, Andrés Onrubia, colaborador en el diario As y en Gol Televisión, aporta una visión esclarecedora en este sentido. “No tienen esa necesidad de trabajar para alguien y establecen sus propios ritmos, los contenidos a tratar y cómo los tratan” y añade “no se rigen por un orden establecido dentro de lo que podría ser una redacción de un medio de comunicación normal”.

Las redacciones cada vez más buscan a personas capaces de ser polivalentes en diferentes soportes porque, según Alberto Edjogo-Owono, comentarista en Gol Televisión, y en sintonía con el resto de entrevistados: “Internet marca un antes y un después por la facilidad en el acceso a la información, sino también la demostración de esos conocimientos”. Además, el propio José Luis Rojas asegura que las nuevas plataformas audiovisuales como YouTube o Twitch han multiplicado las “vías para llegar a la gente y todo eso ha hecho cambiar la manera de hacer periodismo”. A raíz de la evolución de las plataformas digitales y de la crisis económica de finales de la primera década del siglo han estimulado fuertemente la transición de los cuatro perfiles tradicionales mencionados por la Aneca en 2005 a un nuevo perfil periodístico.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Para entender con claridad el surgimiento de periodistas deportivos como Miguel Quintana, Rafael Escrig o David de Las Heras, se ha preguntado sobre las características comunes que comparten este tipo de periodistas deportivos. Si englobamos todos los elementos, estos perfiles “tienen características de la gente de su propia generación”, afirma Fernando Evangelio, periodista deportivo de la cadena COPE. Existen diferentes matices en las explicaciones, pero la gran mayoría apuntan a que estos perfiles periodísticos son multitarea y con una gran capacidad para manejar las herramientas digitales gracias a sus conocimientos tecnológicos. Otros como Carlos Reynoso introducen otra particularidad como “la capacidad para trazar una estrategia a la hora de crear contenidos” porque es clave en estos perfiles, pero también insiste que se trata de una de las características menos comunes en el resto de los expertos de la comunicación e información.

Por otro lado, Chus Rodríguez, director de Radio Marca Valladolid, acentúa que estas nuevas figuras periodísticas poseen una “claramente una empatía profesional y periodística con su audiencia que, de alguna forma, son nativos en interactuar con la audiencia”. Esto se debe al entorno comunicativo en el que se han desarrollado estos periodistas y las influencias de los creadores de contenido primigenios en internet. Además, Miguel Quintana aboga más por las características comunes del “perfil humano” de estos periodistas deportivos porque para él es importante que tengas que “generar empatía en la gente” y que ellos “te consideren como uno de los suyos”.

En cuanto a los conocimientos disciplinares y las competencias profesionales que se mencionan dentro de cada perfil en la Aneca, se ha consultado con todos los entrevistados qué tipo de conocimientos y competencias buscarían a la hora de contratar a un periodista deportivo joven. Teniendo en cuenta su visión personal, la disparidad de respuestas muestra una visión más amplia sobre las nuevas generaciones de periodistas deportivos. Los tres conocimientos y competencias que destacan dentro de todas las respuestas son: tener un alto grado de especialización en una temática; pese a no ser una

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

competencia o conocimiento, ser buena persona o buen compañero y tener la curiosidad para aprender.

Desde otro ángulo, Andrés Weiss subraya tres que son comentadas asiduamente en las facultades de periodismo: conocimiento de varios idiomas; habilidad para comunicar y no solo contar historias y agilidad para buscar contenidos y temas de discusión relevantes. Adicionalmente, Chus Rodríguez vuelve a los perfiles profesionales y alude a la polivalencia como una de las habilidades más importantes. Carlos Reynoso, por ejemplo, resalta dos aptitudes que no mencionan el resto como la capacidad para analizar las distintas informaciones que se publican en los medios de comunicación y la posesión de conocimientos técnicos avanzados en las herramientas digitales.

4.3. Cambios en los perfiles periodísticos

El avance de las herramientas digitales en la última década ha provocado grandes cambios en todos los estratos de la sociedad, pero sobre todo, dentro del periodismo. En 2005, la Aneca mencionó cuatro perfiles periodísticos: redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte; responsable de prensa o comunicación institucional; investigador/a o docente y gestor/a de portales y editor/a de contenidos. En relación a esta investigación, la mayoría de los entrevistados confirman la existencia de un nuevo perfil periodístico: el perfil multidisciplinar.

Por una parte, José Luis Rojas Torrijos lo cataloga como el “perfil híbrido”, mientras que Miguel Quintana lo etiqueta como el “perfil multidisciplinar” y profundiza: “El periodista que puede escribir, que puede tener trato con las marcas, que puede aparecer en radio y mañana en Twitch. Se puede llamar “periodista multiplataforma”. Además, Fernando Evangelio aludió a la polivalencia que existía en la radio y cómo se necesita de un perfil polifacético para poder trabajar en diferentes medios de comunicación.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

En mi caso en la radio nos enseñan a ser polivalentes. Tenemos que ser polifacéticos, abarcar muchos campos y circunstancias. Yo creo que en el ejercicio de la profesión, en el periodismo vamos hacia eso. Si vemos cómo funciona la redacción de una televisión convencional, ahora está más adaptado a lo que era una redacción de radio de hace veinte años a lo que era una redacción de televisión de aquel entonces.

Al contrario que este último, Andrés Onrubia opina que los perfiles que se mencionan en la Aneca se mantienen hoy en día. Por otra parte, Andrés Weiss refleja la visión más singular de todos los entrevistados. El Libro Blanco de la Comunicación de la Aneca se habría quedado obsoleto en la actualidad por varias razones:

Habría que añadir un quinto y un sexto. El creador de contenido por cuenta propia más allá del *freelance* que siempre ha existido. Un creador de contenido por cuenta propia en una plataforma propia, donde crea sus contenidos. El sexto sería el de creador de contenidos en redes sociales.

Casi todos los puntos de vista confluyen en la necesidad de desarrollar habilidades y conocimientos en diferentes soportes para obtener mayores oportunidades laborales de cara al futuro.

Dentro de la aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo y su surgimiento en medios digitales alternativos aparecen los *youtubers* y los *streamers* como los pioneros en la creación de contenidos. Todos los entrevistados convergen en una respuesta afirmativa. La aparición de perfiles profesionales como el de Miguel Quintana, los chicos de La Media Inglesa, Víctor Abad o David de Las Heras han sido influidos por los primeros creadores de contenido *online*. Adaptarse a los nuevos tiempos cuesta cada vez más porque “existe una brecha generacional en el consumo periodístico” declara Chus Rodríguez, que agrega que “si nosotros tenemos a través de

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

estas plataformas una facilidad de llegada a ciertas generaciones que nunca encenderían un transistor o que nunca se descargarían una aplicación de radio”. Desde el punto de vista de Carlos Reynoso, que creó su canal de YouTube en 2012 y que a día de hoy suma más de 415.000 suscriptores, afirma desde sus vivencias personales: “A mí me han dicho muchos que comenzaron a estudiar esta carrera porque se inspiraron en mí. Creo que esa influencia si va muy ligada a este tema más emocional”.

Asimismo, José Luis Rojas amplía los puntos de vista del resto de entrevistados desde la visión académica. Para el profesor de periodismo en la Universidad de Sevilla, este cambio proviene de la tendencia que viene de “una necesidad de la gente joven que tiene dificultades para encontrar un sitio en las redacciones periodísticas” y que concluye con que “en los últimos años por distintas circunstancias como la digitalización o la crisis económica ha provocado que se hayan reducido sus plantillas”. Por esa razón, el docente universitario interpreta que estas dificultades han ocasionado que los jóvenes periodistas deportivos creen sus propios medios de comunicación en plataformas como YouTube o Twitch.

Los cambios en los perfiles profesionales se relacionan con la evolución positiva del periodismo. Sin embargo, pese a la necesidad de tener grandes conocimientos y competencias, existen carencias dentro los nuevos perfiles periodísticos. A los periodistas más veteranos se les ha preguntado sobre cuáles son las competencias que faltan en la mayoría de los jóvenes periodistas deportivos. Para Fernando Evangelio, la carencia principal que ha podido divisar en los jóvenes periodistas deportivos es la falta de “iniciativa propia” a la hora ejercer fundamentos básicos de la profesión como “levantar un teléfono y llamar a la fuente para confirmar la noticia o intentar averiguar algo que te han contado para contrastarlo”, pero lo contextualiza con la época actual del periodismo en la que todo va tan rápido y “muchas veces los productores de contenidos hacemos ‘longanizas’ o ‘rosquillas’ ”.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

En cambio, hay otros como Chus Rodríguez que consideran que las carencias provienen de un “problema de base” y añade que “el propio estudiante de periodismo tiene su punto también de autodidacta en muchos ámbitos”. La percepción del periodista de Radio Marca Valladolid proviene de las competencias que los periodistas deportivos adquieren por cuenta propia y no en las Universidades.

Ejemplos como los de Míster Underdog, de Miguel Quintana o Víctor Abad. Yo entiendo que esta gente cuando salió de la carrera de periodismo no tuvieron una asignatura que les habían enseñado a utilizar el OBS, a *streamear*, de cómo hacer un directo de Twitch o de cómo poner un foco de led. Entiendo que todo eso en una carrera no lo aprendes.

En lo que concierne al panorama académico, José Luis Rojas acentúa que, en los últimos diez años, personalmente, ha detectado una “involución” en los conocimientos y habilidades de expresión oral y escrita. El profesor universitario subraya que la tecnología, en cierta manera, se ha apoderado de las facultades de periodismo y como consecuencia se ha dejado de priorizar “los fundamentos de la profesión” para saber expresarse y “manejar bien el idioma porque es nuestra principal herramienta de trabajo”.

4.4. El futuro del periodismo deportivo

A lo largo de los últimos años, el periodismo ha buscado rentabilizar su actividad en internet. Sin embargo, a nivel individual, han aparecido figuras que han conseguido tener un sustento económico regular a través de plataformas digitales. Actualmente, la competencia en estos soportes *online* complica la viabilidad de proyectos personales. Por esa razón, se les ha preguntado a los entrevistados sobre la viabilidad real de estas plataformas para las carreras de los jóvenes periodistas deportivos.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

El más optimista en este aspecto es Carlos Reynoso. El *youtuber* mexicano argumenta que dentro del mundo de la publicidad y del deporte hay mucho dinero, pero también recordó una cita de Ibai en la que decía que “ser *streamer* se ve increíble porque le siguen cientos de miles, pero también decía que, ¿cuántos otros Ibai hay?”. Para Carlos Reynoso es fundamental ser proactivo y plantea dos escenarios:

A mí siempre me preguntan en charlas en universidades qué es lo que tienen que hacer y yo siempre respondo lo mismo: hacer periodismo deportivo. Si esperas a que te caiga esa oportunidad va a ser muy complicado. Lo puedes hacer en Twitter, en un blog, en un Instagram, en Facebook, en Tik Tok, en YouTube o un *podcast*. Hazlo ya. ¿Cuál es el peor escenario? Que ganaste experiencia. ¿Cuál es el mejor escenario? Tal vez te conviertas en un fenómeno de las redes sociales y vives de esto.

En contraste, Alberto Edjogo tiene una visión más pesimista del tema. El comentarista de Gol Televisión pone de ejemplo el modelo de sostenibilidad económica de un programa deportivo en YouTube como es Míster Underdog. “Con Míster Underdog tenemos a un patrocinador de una casa de apuestas que pone el dinero... Ese canal sobrevive porque hay una marca detrás que pone el dinero”. La clave reside en la obtención de experiencia porque, según Alberto Edjogo, te puede servir “para mostrarse en el escaparate y adquirir ‘horas de vuelo’, de rodaje. También experiencia a nivel comunicativo, de conflictos y para gestionar las críticas”. Dentro de las respuestas no existe un patrón común.

Si bien es cierto que la mayoría de entrevistados opinan que es muy importante fundar proyectos periodísticos independientes para la creación de una marca personal propia porque “ahora cualquier empresa no te contrata sin antes haberte buscado y sin haber revisado si te has metido en algún fregado político o deportivo. Yo lo considero regla número uno”, manifiesta Chus Rodríguez.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Por su parte, Andrés considera que la clave reside en “ser capaz de diferenciarte porque la gente busca contenido diferente que le llene, que le emocione, que le cautive, que le entretenga y que le enganche”, mientras que Miguel Quintana y Andrés Onrubia son optimistas y piensan que son viables a nivel económico.

La aparición de nuevos perfiles periodísticos dentro del periodismo deportivo se debe a la confluencia de varias circunstancias como la gran crisis económica que estalló en 2008, la aparición de herramientas digitales rentables a nivel económico y la propia evolución del periodismo. Las dudas surgen en torno a la constatación de un nuevo perfil periodístico polivalente como el de Miguel Quintana, Rafael Escrig, los periodistas de La Media Inglesa o Víctor Abad y su continuidad en el futuro lejano. Los puntos de vista son muy distintos entre cada uno de los periodistas. Fernando Evangelio confirma con rotundidad que se trata del “presente de la profesión y no el futuro” porque personalidades como la de Miguel Quintana son un “ejemplo para muchos jóvenes que están estudiando periodismo y comunicación audiovisual”. Sin embargo, el periodista de la cadena COPE se queja de la imagen que se intenta transmitir del periodismo tradicional. “Esa corriente de demonización del periodismo tradicional no la comparto. Hay campo para todos. La existencia de unos no impide la existencia de otros”. En la misma línea se encuentra Andrés Onrubia, que sostiene que esta nueva ola de periodismo deportivo está llegando en la actualidad.

“Somos los primeros en llegar”, afirma Miguel Quintana. Para el periodista de Radio Marca esta “revolución ha venido para quedarse”. Además, el propio Miguel Quintana argumenta que “aparecerán periodistas muy cualificados y van a ser referentes de este nuevo cambio. Nosotros somos como bien has explicado, la punta del iceberg”. A raíz de esta respuesta, Alberto Edjogo opina que estos nuevos perfiles periodísticos, sin duda, son un claro ejemplo de que “sin ser parte del *establishment* periodístico puedes llegar” a ser un profesional muy reputado. No obstante, ambos modelos de periodismo coexistirán y, según

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Andrés Weiss, “el periodismo como tal, de periódicos, el periodismo de grandes cadenas de televisión, de grandes emisoras de radio no va a dejar nunca de existir porque siempre va a haber gente que lo consuma”. Por ello, el redactor de La Media Inglesa y en paralelo a la opinión de Fernando Evangelio, ambos estilos de periodismo “simplemente van a coexistir”.

En cuanto a los perfiles que tendrán una mayor demanda laboral de cara a un futuro a corto o medio plazo, las opiniones son diversas, pero con un denominador común: el periodista multifacético o multidisciplinar. En ese sentido, la vasta experiencia de Fernando Evangelio le ha ayudado a llegar a la conclusión de que “los periodistas polivalentes van a tener una ventaja” respecto a los demás. Igualmente, para el experto en fútbol internacional va a ser importante la figura que tenga conocimiento de las “nuevas formas de consumo del periodismo y del contenido”. En ese sentido, Chus Rodríguez predice que se buscarán perfiles polivalentes en los medios de comunicación. La importancia de manejar herramientas digitales “entrando en una redacción multiplataforma sabiendo editar contenidos lo tienes muy ganado”.

En contraste, Andrés Onrubia afirma con rotundidad que los periodistas especializados serán los que tendrán una gran demanda en el futuro. La demanda laboral exigirá perfiles que “ofrezcan calidad en la labor que se les exija y un alto grado de especialización”. Dentro de todos los posibles perfiles que tendrán relevancia en el futuro aparece el del periodista audiovisual. Miguel Quintana entiende que la televisión o “el vídeo es donde pagan más los anunciantes” por eso incita a los jóvenes periodistas deportivos que tomen iniciativa y comiencen a hacer *streams* o a grabar vídeos porque “hay que seguir al dinero, y el dinero no está en un periódico, no está en un libro, no está en un programa de radio, está en el vídeo”.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

4.5. El periodismo deportivo emprendedor

La situación actual en el mundo del periodismo ha significado un cambio en la mentalidad de los jóvenes periodistas deportivos. Ante la falta de oportunidades laborales, internet ha aparecido para ofrecer vías alternativas en la carrera de los periodistas deportivos. Desde 2010, YouTube y otras plataformas han ofrecido a sus creadores de contenido la posibilidad de monetizar sus vídeos de diferentes maneras. Más de una década después, han emergido más plataformas que ofrecen esa posibilidad.

Además, estos caminos no convencionales han ayudado a crear una marca personal propia en muchos periodistas deportivos jóvenes. En esta línea, Fernando Evangelio aporta unos ejemplos muy conocidos como “Miguel Quintana o Nacho González que ha salido de La Media Inglesa”, y agrega que “estos medios alternativos sí que dan una vía alternativa para convertirse en un profesional de la comunicación buscando tu propio camino, explorando tus propias vías y creando tu propia marca”. Desde otro punto de vista, Carlos Reynoso se muestra más cauto y recalca la importancia de tener conocimientos empresariales para llevar a cabo un proyecto personal por la vía digital, ya que “tienes que pensar en un modelo de negocio. Tenemos que hablar de una buena propuesta de valor”. El emprendimiento requiere de una mayor preparación, en este sentido, para afrontar la viabilidad de una iniciativa periodística, explica el *youtuber* mexicano.

Las dificultades que existen en torno a la financiación de diferentes proyectos periodísticos para un periodista que no tiene una marca personal periodística son mayúsculas. De esto se lamenta Alberto Edjogo, quien no cree que una persona que salga de la universidad y “empiece a montar su canal e intente sacar rendimiento económico” pueda vivir de ello repentinamente. Sin embargo, el comentarista de Gol Televisión hace hincapié que, si bien es cierto que a nivel económico es muy complicado, “te posiciona bien, te da un reconocimiento” y “tienes una visibilidad que en otros trabajos no hay”.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Cada entrevistado ha aportado una visión diferente respecto al periodismo emprendedor y su importancia dentro del periodismo actual. Chus Rodríguez insiste en que, pese a ser muy complicado, es “absolutamente fundamental el emprender o al menos intentarlo” para los periodistas deportivos porque pese a que “requiere mucho tiempo, años de constancia, mucho sacrificio, mucha dedicación y muchas horas perdidas” las posibilidades serán mucho mayores. Miguel Quintana ofrece su particular caso como ejemplo para usar una metáfora:

Yo siempre hago la misma metáfora. Y es que el periodismo antes era un árbol con pocas ramas, pero muy frondoso. Vale, había cuatro o cinco ramas y cada rama tenía un montón de hojas y de bifurcaciones. Ahora el periodismo es un árbol con muchas ramas. Muchísimas. No cuatro o cinco, sino veinte o veinticinco. Pero cada rama tiene menos hojas y menos bifurcaciones. Claro, si tú me preguntas: sí, hay más opciones. Ahora bien, si tú miras el árbol, el de ahora es menos frondoso. Cada camino tiene menos, digamos, puestos disponibles. Hay casos de éxito que al final también nos terminamos integrando muchos en medios de comunicación tradicionales. Pero no me parece tampoco un ejemplo que pueda seguir mucha gente.

A lo que el presentador de Radio Marca añade que “no me parece que sea una rama en la que mil personas al año se puedan meter, porque es que igual no pueden meterse ni cincuenta”.

5. CONCLUSIONES

Tras analizar las ocho entrevistas con periodistas deportivos y creadores de contenido deportivo *online* se comprueba que dentro del periodismo y, en concreto, en el periodismo deportivo ha aparecido un nuevo perfil profesional, el periodista multidisciplinar, ligado a los cambios internos de la profesión a raíz de la crisis económica de 2008 y el avance de las tecnologías digitales.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Por otra parte, los conocimientos más relevantes en el perfil de un periodista deportivo son el conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias; el conocimiento de la ética y deontología profesional del periodismo así como del ordenamiento jurídico de la información y el conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos, mientras que las tres competencias profesionales más importantes son la capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa; la capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas y la capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales y nuevos.

Los entrevistados destacan que internet ha tenido un impacto importante en la transformación de las funciones del periodista, una visión que coincide con lo descrito por otros autores (Codina, 2021 y Masip y Micó, 2009). De igual forma, los entrevistados concluyen en que las innovaciones tecnológicas han provocado cambios en los perfiles profesionales y, en algunos casos, la desaparición de algunos de estos, en concordancia con lo investigado por otros autores (Sánchez, P., Campos, E., y Berrocal, S., 2015).

En cuanto a la primera pregunta de investigación, los entrevistados señalan las dificultades de mantener un proyecto periodístico independiente en las plataformas digitales alternativas como YouTube, Twitch u soportes de *podcasts*. Sin embargo, también sostienen que para los jóvenes periodistas deportivos estas plataformas se presentan como una gran oportunidad para adquirir experiencia dentro de la profesión periodística y crear una marca personal propia dentro de la temática deportiva en la que se especializan.

En lo que respecta a la segunda cuestión, la mayoría de los entrevistados coinciden en aspectos que comparten los nuevos perfiles: la polivalencia y la habilidad para manejar herramientas digitales con solvencia. Estas reflexiones siguen en la misma línea con lo descrito por otros investigadores (Scolari, C.A.,

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

Micó, J., Navarro, H. y Pardo, H., (2008). Otros como Andrés Onrubia, Alberto Edjogo y Andrés Weiss han mencionado la aparición de nuevos perfiles con amplios conocimientos en una temática determinada, es decir, el surgimiento de periodistas especializados cada vez más preparados dentro del periodismo deportivo. En contraste, Miguel Quintana y Chus Rodríguez recalcan que los nuevos perfiles profesionales comparten con la audiencia “una empatía profesional y periodística”.

En la tercera pregunta de investigación, los entrevistados ratifican la influencia de los creadores de contenido *online* en la aparición de nuevos perfiles profesionales en estas plataformas alternativas. No obstante, ninguno de ellos ha considerado que los *youtubers*, *streamers* o *casters* hayan provocado cambios severos dentro de la profesión, pero sí que están influenciando a las nuevas generaciones de periodistas deportivos que están consumiendo ese tipo de contenidos. Como consecuencia aparecen nuevos perfiles con características híbridas del mundo periodístico y del mundo de la creación de contenidos *online*.

Respecto a la cuarta y última pregunta de investigación hay diversos puntos de vista. Por un lado, los entrevistados han razonado que la crisis económica de 2008 tuvo un severo impacto negativo sobre la evolución del periodismo y, sobre todo, del periodismo deportivo. La reducción de trabajadores en las diferentes redacciones periodísticas a lo largo del país ha desembocado en una necesidad de adaptarse. Por otro lado, la era digital ha propiciado una transición forzada de los nuevos periodistas deportivos hacia un perfil más polifacético o polivalente, un razonamiento que coincide con lo estudiado por otros autores (Palomo, 2013). La falta de oportunidades en los medios tradicionales y la aparición de plataformas que requieren de diferentes conocimientos y competencias ha significado en la aparición de perfiles profesionales con estas características.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

En cuanto a las hipótesis de partida, a lo largo del trabajo se han podido confirmar dos de las tres. La primera hipótesis sobre la influencia que ha tenido la crisis laboral dentro de la profesión en la aparición de nuevos perfiles periodísticos se corrobora con las experiencias profesionales de los entrevistados y, sobre todo, de figuras como Miguel Quintana que reflejan la metamorfosis forzada de los periodistas deportivos modernos por la falta de oportunidades laborales.

En relación con la segunda hipótesis sobre la popularización de internet y su aportación en la aparición de nuevos perfiles periodísticos en la información deportiva, se ratifica debido al surgimiento de los creadores de contenido *online* que han moldeado las características de los jóvenes periodistas y de las oportunidades que ofrecen las diferentes plataformas audiovisuales.

Finalmente, la tercera hipótesis no se ha podido comprobar que el periodismo deportivo tenga un grado de adaptación a las innovaciones tecnológicas superior al resto de ramas periodísticas, que contrasta con lo que han descrito otros autores como Rojas (2014). Sin embargo, se comprueba a través de los diferentes trabajos de investigación analizados que el periodismo deportivo tiene una tendencia a adoptar con rapidez las nuevas herramientas tecnológicas para su uso periodístico.

Esta investigación ha contado con varias limitaciones. La primera de ellas ha sido no poder realizar entrevistas de manera presencial por varias razones: la gran distancia con la mayoría de los entrevistados y por falta de recursos económicos para llevar a cabo los viajes requeridos.

Además, dentro del presente trabajo de investigación no se ha podido realizar una encuesta generalizada a los periodistas deportivos de los medios de comunicación más importantes a nivel nacional, por lo que los resultados del estudio cuantitativo no son concluyentes. La lista de entrevistados ha sufrido numerosas variaciones. El presente trabajo contaba con un total de 13

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

periodistas confirmados, de los cuales solo ocho han accedido a la entrevista final por diferentes circunstancias.

Corresponde a futuras investigaciones profundizar a nivel cuantitativo sobre las nuevas figuras periodísticas dentro del periodismo deportivo para confirmar el surgimiento del periodista polivalente como nuevo perfil profesional y complementar el estudio realizado por la Aneca en 2005 sobre los cuatro perfiles periodísticos.

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. (2005). *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Aneca.

Agirre, A., Murua, I. y Zabalondo, B. (2020). Modelos de negocio ajustados para proyectos periodísticos reposados: subsistencia económica de medios *slow*. *Profesional de la información*, 29(6). doi: [10.3145/epi.2020.nov.20](https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.20)

Altabella, J. (1988). Historia de la prensa deportiva madrileña. En R. Zabalza (Coord.), *Orígenes del deporte madrileño. Condiciones sociales de la actividad deportiva. 1870-1936, 1*. Madrid: Comunidad de Madrid.

Asociación de la prensa de Madrid (2013). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM.

Ballesteros-Herencia, C.A. La narrativa digital del fútbol. Desintermediación de la agenda a través de las redes sociales de los clubes. *Hipertext. net*. 2021;(22): 85-96. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i22.08>

Barbosa, A. (2012). *Periodismo y medios digitales, nuevas maneras de informar*. (Trabajo de Fin de Grado. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia). Recuperado el 27 de febrero de 2022 de <http://hdl.handle.net/10554/5745>

Benito, A. (Coord.). (2001). *Diccionario de Periodismo*. Madrid: Acento Editorial.

Berasategui, M. (2000). Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña. *Revista General de Información y Documentación*, 10(1), 153-169. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0000120153A>

Calderón, N. (2017). *Líbero vs. Panenka. Análisis comparativo del nuevo periodismo deportivo español* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad Autónoma de Barcelona, Cataluña). Recuperado el 2 de marzo de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2017/180317/TFG_Calderon_Martinez_Nail_a.pdf

Campos, A. (2021) *Nuevas esferas para el periodismo deportivo: YouTube y Twitch* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla, Andalucía). Recuperado el 1 de marzo de 2022 de

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126306/PER_CAMPOSGAR_C%
c3%8da_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126306/PER_CAMPOSGAR_C%c3%8da_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Casells, C. (2021). *Twitch.tv, un nuevo paradigma en la comunicación y el entretenimiento en Internet* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad Politécnica de Valencia, Comunidad Valenciana). Recuperado el 1 de marzo de 2022 de <http://hdl.handle.net/10251/172742>

Codina, M. (2001). Una ética para la profesión. En M. Codina (Ed.), *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación* (p. 11-21). Pamplona: EUNSA.

Revenga, S. (2019). *Chus Rodríguez: "La radio es el medio convencional y tradicional por excelencia dentro de los soportes audiovisuales"*. Recuperado de: <http://www.informauva.com/chus-rodriguez-radio-medio-convencional-tradicional-por-excelencia-soportes-audiovisuales/>

De Almeida, M., y De Sousa, J. (2006). Internet al alcance de las personas excluidas: ¿un hecho posible? En F. Sabés Turmo (Ed. lit.), *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital: Actas* (p. 225-232). Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.

De Miguel, R. (2010). La entrevista en profundidad a los emisores y los receptores de los medios. En M^a. R. Berganza, J. Ruiz y C. García (Coords.), *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (p. 251-263). Madrid: McGraw-Hill.

Esteban, O. (2021). *La influencia de los streamers en el periodismo deportivo televisivo: GOL y Movistar +* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla, Andalucía). Recuperado el 1 de marzo de 2022 de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126184/PER_ESTEBANPER_EZ_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, I. (2004). Panorama histórico de la radio y de la televisión. En C. Barrera (Coord.), *Historia del Periodismo Universal* (p. 229-250). Barcelona: Ariel.

- Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.
- García, A., Citlali, E. y Bonales, G. (2022). TikTok y Twitch: nuevos medios y fórmulas para impactar en la Generación Z, *Icono 14*, 20(1). doi: [10.7195/ri14.v20i1.1770](https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1770)
- Gargurevich, J. (2011). *Introducción a la historia del periodismo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gil, R. (1993). *Periodismo: Historia y Teoría*. 1. Barcelona: Editorial Clie.
- Guillamet, J. (2004). De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del siglo XIX. En C. Barrera (Coord.), *Historia del Periodismo Universal* (1ª ed., p. 43-76). Barcelona: Ariel.
- Hawes, G. y Corvalán, Ó. (2005). *Construcción de un perfil profesional*. Recuperado de <https://bit.ly/3rvbTS2>
- Illingworth, A.F. (2021). *Streamers: Nuevas formas de interacción en la plataforma Twitch – categoría Just Chatting contenido deportivo* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad Casa Grande, Ecuador). Recuperado el 5 de marzo de 2022 de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/3228>
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Recuperado de <https://www.serlib.com/pdflibros/9788403012394.pdf>
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. (3ª ed.). Madrid: Ediciones Morata.
- LinkedIn (2022a). *Andrés Onrubia Ramos*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/andr%C3%A9s-onrubia-ramos-070b1787/>
- LinkedIn (2022b). *Alberto Edjogo-Owono*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/alberto-edjogo-owono-14a87986/>
- LinkedIn (2022c). *José Luis Rojas Torrijos*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/jos%C3%A9-luis-rojas-torrijos-1848a92a/>
- LinkedIn (2022d). *Miguel Quintana Alarcón*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/miguel-quintana-alarc%C3%B3n/>
- LinkedIn (2022e). *Fernando Evangelio*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/fernando-evangelio-86242682/>
- LinkedIn (2022f). *Carlos Reynoso*. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/carlosreynosokc/>

- Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.
- LinkedIn (2022g). Andrés Weiss Sánchez. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/andr%C3%A9s-weiss-s%C3%A1nchez-1722881a4/>
- Lozano, P. (2017). *Periodismo deportivo en la red*. (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla, Andalucía). Recuperado el 26 de febrero de 2022 de <http://hdl.handle.net/11441/64504>
- Manfredi, J.L., Rojas, J.L. y Herranz de la Casa, J.M. (2015): "Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España". *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 69-90. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1035-UC/05es.html>
- Marín Montín, J. M. (2000). La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo. *Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación*, (5), 241-257. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11717/file_1.pdf?sequence=1
- Marín, A. (2006). Las tecnologías de la información y la comunicación: cambios en el modelo de comunicación. *Hologramática*, 1(4), 15-33. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/47341528_Las_tecnologias_de_la_informacion_y_la_comunicacion_cambios_en_el_modelo_de_comunicacion/stats
- Marques, P., Roca, C. y Singla, C. (2016). Nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito periodístico: revisión de la literatura y entrevistas a profesionales en España = New professional profiles and skills in the journalistic field: a scoping review and in-depth interviews with professionals in Spain. *Brazilian journalism research*, 12(3), 14-33. doi: [10.25200/BJR.v12n3.2016.904](https://doi.org/10.25200/BJR.v12n3.2016.904)
- Masip, P. y Micó, J.L. (2009). "El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial". *Quaderns del CAC*, (31-32), 91-99. Recuperado de https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-04/Q31_32_Masip_Mico_ES.pdf

- Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.
- Méndez, S. (2015). *El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla, Andalucía). Recuperado el 27 de febrero de 2022 de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005025.pdf>
- Merchandising (s.f.). Recuperado 1 de abril 2022, de <https://bit.ly/3rv9xma>
- Moragas M. (2020). Deporte y Comunicación: un siglo de sinergias. En N. Puig y A. Camps (Eds.), *Diálogos sobre el deporte (1975-2020)*, p. 412-421. Barcelona: INDE. Recuperado de <http://bitly.ws/e2aZ>
- Moreno, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1299-1317. doi: [10.5209/ESMP.58046](https://doi.org/10.5209/ESMP.58046)
- Naranjo, L. y Gonzalo, D. (2020). *Periodismo deportivo nuevas tendencias y formatos de la transmisión streaming* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador). Recuperado el 2 de marzo de 2022 de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4038/1/T-ULVR-3393.pdf>
- Neuberger, C., Nuernbergk, C. y Langenohl, S. (2019). Journalism as Multichannel Communication. *Journalism Studies*, 20(9), 1260-1280.
- Real Academia Española. (s.f.). Periodismo. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 7 de marzo de <https://dle.rae.es/periodismo>
- Rentería, J.F. (2020). *Redes Sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el Periodismo Deportivo* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Guayaquil, Ecuador). Recuperado el 25 de febrero de 2022 de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/52319/1/Redes%20Sociales%20y%20las%20nuevas%20rutinas%20en%20la%20producci%c3%b3n%20de%20contenidos%20informativos%20en%20el%20Periodismo%20Deportivo.pdf>
- Rodríguez, A. y Soloaga, C. (2017). *Calidad vs cantidad. El combate del siglo en contenidos*. Recuperado el 8 de marzo de 2022 de <https://es.semrush.com/ebooks/calidad-vs-cantidad-whitepaper-sample.pdf>

- Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.
- Rojas, J.L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, (4), 177-190. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salaverría, R. (2008). Ciberperiodismo: diez años de prensa digital en España. En J. J. Fernández-Sanz (Coord.), *Prensa especializada actual: doce calas*, 355-383. Madrid: McGraw-Hill. Recuperado de <https://hdl.handle.net/10171/6039>
- Salaverría, R. y García, J. (2008). "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo". *Trípodos*, (23), 31-47. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910/154114>
- Salaverría, R., Martínez, M. P. y Breiner, J. (2018). Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1034-1053. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1295/rlds-paper1295.pdf>
- Salazar, G.D. (2020). *El tratamiento de la información en el periodismo deportivo en la era digital* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia). Recuperado el 26 de febrero de 2022 de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/25212/ML-882.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, P., Campos, E., y Berrocal, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina De Comunicación Social*, (70), 187-208. doi: [10.4185/RLCS-2015-1042](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042)
- Sánchez, P., García, B., López, X., y Vázquez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: Investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos*, (45), 157-177. doi: [10.51698/tripodos.2019.45p157-177](https://doi.org/10.51698/tripodos.2019.45p157-177)
- Scolari, C.A., Micó, J., Navarro, H. y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

de los medios audiovisuales catalanes. *Zer*, 13(25), 37-60. doi: [10.1387/zer.3572](https://doi.org/10.1387/zer.3572)

Sembramedia (2018). *Punto de inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad: estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*. Recuperado de <https://data.sembramedia.org/wp-content/uploads/2017/09/Punto-de-Inflexion-SembraMedia-span-7-24.pdf>

Soria, A. (2020). *Los nuevos canales del periodismo deportivo: iVoox y YouTube* (Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla, Andalucía). Recuperado el 27 de febrero de 2022 de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102051/PER_SORIAALONS_O_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tejedor, S. y Cervi, L. (2017). Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1.626-1.647. doi: [10.4185/RLCS-2017-1238](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1238)

Tejedor, S., y Pla, A. (2020). Análisis del modelo de ingresos en medios nativos digitales de carácter alternativo de España. *Revista De Comunicación*, 19(1), 275-295. doi: [10.26441/RC19.1-2020-A16](https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A16)

Ufarte, M. (2019). *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico*. Salamanca: Comunicación Social.

Vázquez, J. (2021). Nuevas narrativas en los cybermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 685-696. doi: [10.5209/esmp.70222](https://doi.org/10.5209/esmp.70222)

VRAC Quesos Entrepinares. (2022). *Organigrama*. Recuperado de: <https://vracrugby.com/club/organigrama/>

Wikiwand. (2022). Alberto Edjogo-Owono. Recuperado de: https://www.wikiwand.com/es/Alberto_Edjogo-Owono

Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.

YouTube (2022a). *Inicio* [Andrés Weiss]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/c/Andr%C3%A9sWeissS%C3%A1nchez>

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

YouTube (2022b). *Inicio* [Andrés Onrubia]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/channel/UCCcR5HFz0O9uIt6oYILjA>

Zamarra, M. de las M. (2005). El periodismo digital y la nueva formación ciberperiodística. *Revista De Comunicación De La SEECI*, (9), 113-128.
doi: [10.15198/seeci.2002.9.113-128](https://doi.org/10.15198/seeci.2002.9.113-128)

Zambrano, W. (2021). Transformaciones y tendencias de la radio deportiva en la convergencia digital. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 19(38). Recuperado de
<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/3425>

Dzimidas, L. (2022). *La aparición de nuevos perfiles profesionales dentro del periodismo deportivo*. Trabajo de Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

7. ANEXOS Y MATERIAL COMPLEMENTARIO

Anexo 1. Archivos y transcripciones de las entrevistas a los periodistas.

- <https://drive.google.com/drive/folders/1KTH8gPHIYX0z-X3cfXio-XxCPxpoqC2?usp=sharing>

Anexo 2. Formulario previo a la entrevista.

- https://docs.google.com/forms/d/12X0F_dUq10Ac6KsDN2Jom0nR9ulqA6ukjWlrKdzBz7c/edit?usp=sharing