

# EL DESAFÍO DE ARMAR EL MAPA DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

The challenge of arming the map of the sports information

## AUTORES

Patricia Viale

[pviale@perio.unlp.edu.ar](mailto:pviale@perio.unlp.edu.ar)

<http://orcid.org/0000-0003-2099-5183>

Gonzalo Annuasi

[gannuasi@perio.unlp.edu.ar](mailto:gannuasi@perio.unlp.edu.ar)

<http://orcid.org/0000-0002-9976-7257>

Andrés López

[alopez@perio.unlp.edu.ar](mailto:alopez@perio.unlp.edu.ar)

<http://orcid.org/0000-0001-8370-2144>

Instituto de Estudios Comunicacionales Anibal Ford  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
República Argentina

## Palabras clave

deporte  
información  
medios de comunicación

## Resumen

La información deportiva está presente en los principales diarios del país y del mundo, incluso en aquellos que se presentan bajo el rótulo de “prensa especializada”. Y debe comprenderse como el fenómeno social que representa: el deporte está presente en la vida de las personas desde la infancia. El presente artículo parte de entender que el deporte necesariamente es una parte intrínseca de las costumbres de una sociedad y, por lo tanto, comparte una matriz cultural-histórica y padece sus problemáticas. Y los medios de comunicación, en tanto espacios de participación ciudadana y legitimación de prácticas sociales, necesariamente condicionan la percepción de qué es deporte y cómo lo interpreta la sociedad.

## Keywords

sport  
information  
mass media

## Abstract

The sports information is present in the principal diaries of the country and of the world, even in those who appear under the label of “specialized press”. And it must be understood as the social phenomenon that it represents: the sport is present in the life of the persons from the infancy. The present article divides of understanding that the sport necessarily is an intrinsic part of the customs of a company and, therefore, he shares a cultural - historical counterfoil and suffers his problematic ones. And the mass media, while spaces of civil participation and legitimization of social practices, necessarily they determine the perception of what it is a sport and how the company interprets it.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

## EL DESAFÍO DE ARMAR EL MAPA DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

Por Patricia Viale,  
Gonzalo Annuasi  
y Andrés López

La información deportiva está presente en los principales diarios del país y del mundo, incluso en aquellos que se presentan bajo el rótulo de «prensa especializada». Y debe comprenderse como el fenómeno social que representa: el deporte está presente en la vida de las personas desde la infancia. La clase de educación física, la concurrencia a espectáculos deportivos, la práctica amateur socializadora, lúdica o sanitaria, o el ejercicio profesional de una disciplina, son sólo algunas de las instancias que dan cuenta de ello. Es por este motivo que el deporte necesariamente debe comprenderse como una parte intrínseca a las costumbres de una sociedad y, por lo tanto, comparte una matriz cultural histórica y al mismo tiempo padece las mismas problemáticas que la comunidad. Y los medios de comunicación, en tanto espacios de participación ciudadana y legitimación de prácticas sociales, necesariamente condicionan la percepción de qué es deporte y cómo lo interpreta la sociedad.

Sin embargo, pese al rol determinante que tienen los medios en la formación de la opinión pública en general, el grueso de los trabajos de investigación que analizan el proceso de selección y jerarquización de la información, procurando establecer criterios o intencionalidades editoriales, están focalizados en las secciones vinculadas a la política o a la economía. La sección deportiva suele no ser abordada y pareciera presentarse como un espacio exento de condicionamientos, que no reviste la suficiente importancia como para justificar ser analizado.

mediante un análisis de las exclusiones, inclusiones y jerarquizaciones que (el periódico) hace de las noticias [...], es posible advertir su interés por acentuar ciertos conflictos, actores, temas, y por devaluar u omitir otros.

Y este trabajo se propone problematizar de qué modo se construye la información deportiva.

No es un dato menor en este análisis reconocer que el mundo académico descubrió tardíamente al deporte como objeto de estudio en nuestro país, donde las investigaciones de Eduardo Archetti (desde la antropología) resultaron pioneras hacia finales del Siglo XX. Y aun con ese antecedente hubo que esperar hasta 2009 para que la universidad pública y gratuita hiciera realidad la primera carrera que se construyó aunando el mundo del deporte con los medios de comunicación, con la aparición de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo, en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Esta propuesta abre un nuevo escenario de abordaje respecto de esta ventana hacia la realidad que constituyen los medios. A contrapelo de una tendencia dominante que dejaba a la información deportiva en un espacio subalterno, esta vez hubo un espacio para ponerla en el centro de la escena. Y para poner en tensión a la actividad de los actores que día a día legitiman o deslegitiman –según sus criterios editoriales qué es el deporte, qué se considera deporte y sobre qué disciplinas debe focalizar su interés la comunidad en su conjunto.

En ese escenario nace el proyecto La construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos, que se propuso analizar una docena de matutinos de distintos puntos del país (durante dos periodos de 30 días no consecutivos) a fin de obtener un muestreo lo suficientemente federal y detallado de los diferentes criterios de selección, de jerarquización y de construcción de la información deportiva a lo largo y ancho de la Argentina.

Se tomó como corpus a los diarios, por entender que son ellos los que con más fuerza marcan la agenda del sistema mediático, tal como lo expresan Annuasi y Ghea:

Los medios gráficos, principalmente los diarios más importantes, aún mantienen un alto grado de influencia en lo que se refiere a la construcción de agenda de temas sobre los cuales hablará o debatirá la sociedad. A pesar de que las agencias de noticias, las radios, la televisión e incluso el portal digital del mismo periódico, hayan anunciado los hechos más importantes acontecidos durante la jornada, horas después, en el formato papel se encontrarán los títulos que atravesarán el día y en ellos, también, la explicación y ampliación de éstos.<sup>1</sup>

Además, y como signo distintivo, esta investigación busca un universo amplio, que apunta a trascender los límites de la Ciudad de Buenos Aires y La Plata, por lo que se decidió analizar diarios de Córdoba, Mendoza, Rosario, Mar del Plata, Río Negro, Salta y San Miguel de Tucumán. Se apunta así a construir una mirada amplia y diversa, entendiendo además que hay un área de vacancia en este tipo de investigaciones, que pocas veces posan su mirada en lo que ocurre en los medios del interior.

Como primer avance en la sistematización de múltiples datos y variables, el presente trabajo desarrollará algunos resultados parciales del análisis cuantitativo desarrollado sobre los diarios *La Gaceta* (Tucumán), *Los Andes* (Mendoza), *La Capital* (Rosario) y *La Voz del Interior* (Córdoba), en todas sus ediciones del mes de noviembre de 2014. Este fue el primero de los meses analizados, y se eligió en función de los designios de la agenda deportiva, al no haber eventos de gran trascendencia nacional o internacional que pudieran condicionar a las conclusiones.

## El universo de estudio

A lo largo de este primer recorte analizado, fueron relevadas 114 ediciones de los cuatro matutinos, compuestas por 8.378 páginas<sup>2</sup>. El espacio dedicado exclusivamente a la información deportiva fue de 1.798 páginas, lo que equivale al 21%.

Sin embargo, en términos individuales, resulta interesante observar las diferencias existentes del espacio que cada medio le asignó: *La Gaceta*, 38%; *Los Andes*, 25%; y *La Capital* y *La Voz*, 16%.

Una de las principales diferencias radica en que la edición de *La Gaceta* es más reducida que la del resto (de 28 a 54 páginas, según el día, mientras que los otros poseen ediciones de

50 hasta 200 páginas), posiblemente asociado a que es uno de los diarios que aún conserva tamaño sábana para el cuerpo principal y algunos suplementos, mientras que la sección deportiva es tabloide, como el resto de los periódicos analizados. Al mismo tiempo, *La Gaceta* es el diario con mayor circulación de los relevados (50.000 ejemplares diarios) y es el cuarto en el total del país, lo que también podría suponer un mercado de lectores más amplio.

El otro medio relevado cuyo cuerpo central también mantiene tamaño sábana, *La Voz*, posee una edición similar a la de los editados en tamaño tabloide.

Pero más allá del impacto en cada edición, resulta pertinente observar que toda la información deportiva relevada es editada en suplemento, lo que marca una diferencia sustancial con el resto de las temáticas cotidianas: política, economía, internacional, espectáculos y policiales, entre las más destacadas. En este sentido, es imprescindible puntualizar que los suplementos cuentan con extensiones muy similares durante el mes relevado: *La Gaceta* publicó 426 páginas; *Los Andes*, 516; *La Capital*, 456; y *La Voz*, 400.

Si bien en la presente investigación aún no se tiene como objetivo principal el análisis cualitativo del contenido, el hecho que las empresas periodísticas determinen la «independencia» física de la información deportiva del resto de la edición constituye un eje de análisis necesario para el futuro. Esto se debe a que esa fragmentación, que legitima la noción del deporte como actividad aséptica de las transformaciones políticas, sociales, culturales y económicas, contribuye a una construcción informativa desarticulada, descontextualizada y por lo tanto, aislada de los procesos que construyen al deporte como un bien común. La cuestión de la segmentación, ha sido bien desarrollada por Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat:

! Abrir las páginas de la mayoría de los diarios nos sumerge en una muestra de contenidos que, en el mejor de los casos, se ofrecen en áreas o secciones perfectamente compartimentadas, sin la menor relación las unas con las otras, y en el peor, se arrojan a las páginas sin orden ni concierto, en una especie de cajón de sastre apenas mitigado por enunciados tan indeterminados como «nacional», «internacional», «el día», «crónica», que apenas sirven para situar al lector en una determinada perspectiva, y mucho menos, en un contexto apropiado (Borrat y Fontcuberta, 2006; 39).

## Los deportes que son noticia

Sin lugar a dudas, el fútbol es la vedette de los deportes en el tratamiento informativo de los diarios relevados. De las 1.798 páginas con información deportiva, 955 estuvieron dedicadas a esa disciplina, lo que equivale al 61,7% de la información publicada. El 38,3% restante se reparte entre tenis, automovilismo, básquet, turf, rugby, hockey, vóley, natación, polo, golf, boxeo, atletismo, handball, deportes de montaña y pesca, entre otros.

Este desequilibrio se mantiene en cada uno de los diarios: en *La Gaceta*, la información sobre fútbol ocupa el 55,1% de las páginas deportivas; en *Los Andes* el 62%; en *La Capital* el 63,7 % y en *La Voz* el 67,1%.

En el relevamiento general, las disciplinas que tuvieron mayor espacio publicado fueron el automovilismo (6%), rugby (5%), básquet (4%), hockey (3%), turf (2%) y tenis (1%), entre las principales.



Gráfico 1

Es de destacar que el automovilismo, si bien es el segundo deporte en importancia en la tabla general, sólo tiene ese puesto en uno de los cuatro diarios analizados, que es *Los Andes*. En las ediciones de *La Gaceta*, *La Capital* y *La Voz*, es superado por otras disciplinas.

En las particularidades entre los medios, existen varios matices de relevancia para puntualizar en torno a la selección y jerarquización de la información deportiva. El tenis, por ejemplo, tuvo un tratamiento relativamente parejo en todos los matutinos (nueve páginas cada uno, excepto *La Voz* con cuatro), al igual que el vóley, que tuvo en total entre una y dos páginas en cada medio.

También pudieron identificarse disciplinas que tuvieron algún lugar de relevancia extra en cada uno de los medios, en todos los casos posiblemente fundamentado en la popularidad de ese deporte en cada localidad. Por caso, puede observarse el lugar destacado del rugby en *La Gaceta*, ocupando el 11% de la información deportiva, mientras que en *Los Andes* fue del 2%, y en *La Voz* y en *La Capital* del 4%. De igual manera, el básquet, ocupó casi el 9% en *La Voz*, mientras que fue del 2% en *La Gaceta*, y del 4% en *Los Andes* y *La Capital*.

*Los Andes*, por su lado, asignó notoriamente más espacio al hockey (6% contra 2% de *La Gaceta*, 3% de *La Capital* y 1% de *La Voz*) y al boxeo (2,5% versus 0,4% de *La Gaceta* y *La Capital*, y 1% de *La Voz*)

Mención aparte merece el caso del turf, el cual fue referenciado sólo en *La Capital* y en *La Gaceta*, aunque con una particularidad: en el matutino rosarino el turf ocupa más del 9% de la información deportiva, superando a cualquier otro deporte, con excepción del fútbol. En torno a esto es imprescindible observar que pese a la notoria cobertura diaria de la actividad (entre 1,5 y 2 páginas diarias) la competencia regular en el Hipódromo Independencia es cada 15 días.....

Y si bien en el desglose individual de cada medio surgen diferencias interesantes y se observa disparidad de criterios de selección y jerarquización informativa, también resulta notoria la escasez de tratamiento de algunas disciplinas de relevancia internacional.

En los últimos Juegos Olímpicos realizados en Londres en 2012, las competencias de natación fueron 34, mientras que las de atletismo fueron 47. En los medios analizados, el atletismo tuvo algunos artículos que, sumados, equivalen a 6 de las 1798 páginas relevadas (0,33%), mientras que la natación tuvo un puñado de recuadros equivalentes sólo una página (0,05%).

## La hegemonía del fútbol

El fútbol como tema notoriamente preponderante en los criterios de selección y jerarquización de la información deportiva ha sido parte de los trabajos preliminares y una de las hipótesis del proyecto La construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos. Es por ello que, como método de análisis en particular, la investigación propuso segmentar en siete categorías a todo aquello relacionado al fútbol: Equipos Grandes (Boca Juniors, River Plate, Racing Club, Independiente y San Lorenzo), resto de Primera División, Nacional B, Ascenso (todas las otras categorías, incluyendo las ligas locales o provinciales), Fútbol Internacional (ligas de otros países y torneos de otros continentes), Torneos Internacionales (copas Libertadores y Sudamericana) y Selecciones Nacionales.

Analizando la distribución de los 2.522 artículos de fútbol publicados puede observarse que el 13,2% corresponden a Equipos Grandes, el 30% a resto de Primera División, 11,9% a Nacional B, 24,7% a Ascenso, 11,1% a Fútbol Internacional, 4,4% a Torneos Internacionales, y 4,4% a Selecciones Nacionales.

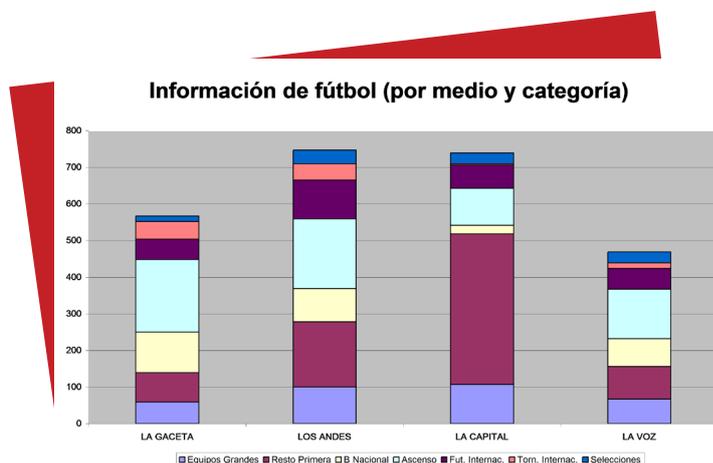


Gráfico 2

En este contexto es importante puntualizar que los medios seleccionados para este primer muestreo preliminar, son todos diarios del interior del país. No obstante, tres de ellos poseían clubes de su ciudad participando en el torneo de Primera División: Newell's y Rosario Central (*La Capital*), Godoy Cruz (*Los Andes*) y Belgrano (*La Voz*). También había clubes participando en la Primera B Nacional en Tucumán

(Atlético), Mendoza (Independiente Rivadavia) y Córdoba (Instituto), y otros que gozaron de una amplia cobertura pese a jugar en categorías inferiores, como Talleres de Córdoba o San Martín de Tucumán.

Las agendas locales o regionales, en este caso, se revelan como un dato central a tener en cuenta. Tal como lo expresa Antonio Alcoba López,

El periodista deportivo se enfrenta a una tarea precisa en una estructura (...) condicionada por las dos áreas que formalizan la actividad del deporte: el área geográfica donde se produce la práctica del deporte y el área de competencia de los medios que van a difundir esa actividad (Alcoba López, 2005; 74).

No es el objeto de este trabajo ni de esta instancia de la investigación, pero sin duda se trata de un aspecto sobre el que se hace necesario pensar y construir categorías que permitan enriquecer las conclusiones finales.

## Los géneros periodísticos en la información deportiva

Entendiendo la importancia del rol que poseen los medios gráficos, y puntualmente los diarios, en la definición cotidiana de agenda pública, no es menor indagar sobre los géneros periodísticos utilizados en la construcción de la información deportiva.

A lo largo de las 1.798 páginas relevadas pudieron identificarse 4.480 artículos diferentes, lo que indica casi 2,5 notas por página. Para avanzar en el aporte de herramientas de análisis para comprender qué es noticia deportiva hoy en los medios, el trabajo se planteó indagar sobre los géneros periodísticos utilizados, los cuales fueron agrupados en tres categorías: informativa, argumentativa (que incluyen editoriales y artículos de opinión o análisis) y entrevista. Y las ediciones analizadas muestran una notoria desproporción sobre los diversos formatos de artículos publicados.

Los resultados parciales del análisis muestran que los diarios examinados poseen una marcada tendencia: el 94,4% de los artículos (4.230 de 4.480) son notas periodísticas informativas, mientras que sólo el 3,8% son dedicadas a la opinión/análisis (165) y el 1,8% restante son entrevistas (85).

Esta desproporción deja al descubierto el desinterés de la política editorial de promover espacios propios para la interpretación y el análisis sobre la actualidad deportiva. De igual manera resulta relevante el poco espacio destinado a los testimonios en primera persona de los actores directos del universo deportivo.

Este último dato llama a la sorpresa. Contrasta el muy escaso centimetrage dedicado a las entrevistas con lo que podría esperarse, a partir de un sentido común construido a lo largo de las últimas décadas. La radio y la televisión han generado, a la hora de la información deportiva, «el desarrollo exponencial del género massmediático por excelencia, la entrevista» (Mangone, 1998). Nada de esto se repite en los diarios analizados, y se trata sin duda de un aspecto en el que se hace necesario construir hipótesis a futuro.

Al mismo tiempo, el desbalance existente entre las disciplinas, hace que también en los géneros exista una polarización importante. Si bien el fútbol posee el 54% de las notas informativas –porcentaje de participación similar al de cantidad de hojas asignadas ya analizado, acumula 138 de los 165 artículos argumentativos (83%), proporción sólo atenuada por el particular interés de *La Gaceta* sobre el rugby, al cual sólo ese diario le otorgó 12 artículos de opinión/análisis. El resto de las disciplinas cuentan con participaciones muy bajas en sus notas argumentativas: automovilismo, básquet y hockey tuvieron 3 cada una a lo largo de todo el mes en los cuatro matutinos; 2 tuvo el tenis y 1 el boxeo (las tres publicadas por *La Gaceta*).

Resulta interesante observar el comportamiento editorial de los diarios, a partir del cual puede identificarse que *La Gaceta* destina el 5,7% de sus artículos deportivos a la opinión/análisis, *La Capital* el 5,2%, *La Voz* el 2,3% y *Los Andes* el 1,9%.

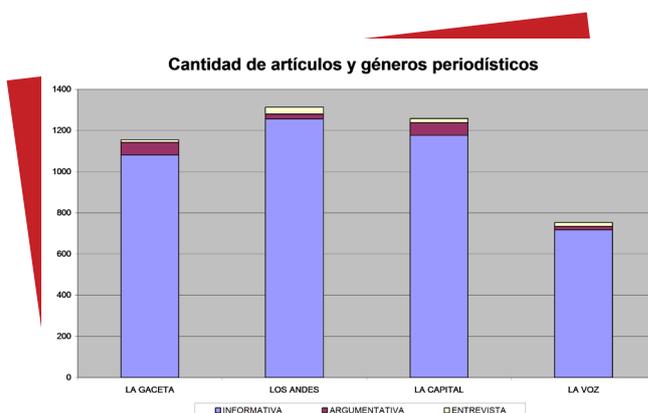


Gráfico 3

## Comentario sobre las primeras aproximaciones

Esta primera etapa de la investigación estuvo marcada por una instancia exploratoria, que permitió recolectar un material indispensable y que tuvo su propia problemática. Desde la elección de los matutinos a analizar, pasando por la logística para conseguir cada una de las ediciones y la construcción de las categorías que permitieran analizarlas, cada uno de los pasos se conjugó para llevar adelante una primera aproximación al objeto de estudio.

Cualquier elección implica un recorte, y en este caso esto se hizo mucho más visible. Si analizar doce matutinos diferentes supone un despliegue considerable, también significaba dejar afuera a muchos otros que podrían haber sido parte de la muestra. En cualquier caso, no se trata de una mirada definitiva, pero sí de un primer paso necesario, e imprescindible para comenzar a caminar.

Por sus características, esta primera etapa puso el énfasis en la recolección de los datos, con un perfil netamente cuantitativo. A tal efecto, se elaboró una planilla de seguimiento que sirvió para volcar la información en sus trazos gruesos: cantidad de páginas y cantidad de notas dedicadas a cada disciplina, discriminando también si se trataba de notas informativas, de opinión o entrevistas.

La acumulación de datos, de números y de planillas permitió contar con un volumen de información enorme. Cientos de ejemplares, miles de páginas y muchos más miles de notas periodísticas leídas, analizadas y clasificadas, forman parte de un insumo que permite empezar a esbozar los primeros comentarios (sería apresurado hablar por el momento de conclusiones).

Los cuatro diarios sobre los que se puso el ojo en este trabajo cuentan con algunas características que los acercan. Son los matutinos de mayor tirada e influencia en sus provincias, y tienen una agenda diferente a la de los medios de la Ciudad de Buenos Aires, atendiendo a las particularidades de su área de cobertura. Cada una de ellas cuenta además con su propia cultura deportiva, marcada en gran parte por sus equipos de fútbol más populares.

Newell's y Central en Rosario, Belgrano, Talleres e Instituto en Córdoba, Godoy Cruz, Independiente Rivadavia y San Martín en Mendoza, Atlético y San Martín en Tucumán offician en

este caso como los grandes ordenadores de la agenda deportiva. Basta revisar los gráficos para notar que las categorías en las que ellos se inscriben cuentan con mayor información, en las páginas de los medios analizados, que los equipos grandes del fútbol argentino.

Este dato, que surge de un primer acercamiento a la lectura de estos cuatro matutinos, comienza a dar cuenta de que el desafío de reconstruir la historia del periodismo deportivo en Argentina (López y López, 2012) encuentra la necesidad de abordar la problemática de los regionalismos con una profundidad de la que no se conocen antecedentes en trabajos de este tipo.

Ya sea por influencia de los medios de comunicación de la Ciudad de Buenos Aires (los comúnmente denominados medios nacionales), por el centralismo de los criterios editoriales o académicos, o por otros motivos (que podrían ser objeto de nuevas investigaciones), lo cierto es que los intentos por abordar el tema de la información deportiva suelen reducirse a la mirada porteña o bonaerense, descartando a las voces de las provincias. Otros trabajos, generados a partir de las miradas del interior, han recorrido el camino inverso. El desafío, de aquí en adelante, será el de romper esta dicotomía.

Este trabajo se planteó desde un principio el horizonte de integrar las diferentes miradas. Aun a sabiendas de que toda selección implica un recorte y que todo recorte implica cometer injusticias, esta investigación se planteó desde un inicio tener una mirada amplia y abarcativa. Hacia adelante, de lo que se trata es de avanzar en la construcción de ese mapa, nada menos que el mapa de la información deportiva en Argentina.

## Referencias bibliográficas .....

ALCOBA LÓPEZ, Antonio (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.

ALCOBA LÓPEZ, Antonio (2005). *Periodismo deportivo* Madrid: Síntesis.

BORRAT, Héctor (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

BORRAT, Héctor y FONTCUBERTA, Mar de (2006). *Periódicos: Sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

GHEA, María Elisa y Annuasi, Gonzalo (2010). «La construcción de un texto argumentativo. Análisis, opinión y editorial». *Texto de Cátedra del Taller de Análisis de la Información*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

LÓPEZ, Andrés y LÓPEZ, Mariano Hernán (2012). «Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina». *Cuaderno de cátedra Periodismo Deportivo I*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

MANGONE, Carlos (1998). «Periodismo Deportivo: la minucia cotidiana como determinación del campo», en Alabarces, P., Di Gianno, R. y Frydenberg, J. (Comp.) *Deporte y Sociedad*. Buenos Aires: Eudeba.

## Notas .....

1 Ghea, María Elisa y Annuasi, Gonzalo. «La construcción de un texto argumentativo. Análisis, opinión y editorial». *Texto de Cátedra del Taller de Análisis de la Información*, FPYCS, La Plata, abril de 2010.

2 Durante noviembre de 2014 ninguno de los diarios relevados editaron el día 7 (Día del Canillita) y en dos casos no se contó con la edición del día 11, por dificultades logísticas de la distribución en Buenos Aires.