

THE CONSTRUCTION OF THE
SPORTS INFORMATION IN
DIGITAL MEDIA

La construcción de la información deportiva en medios digitales

Fausto Giorgis

faustog_lp@hotmail.com

RECIBIDO 23 | 05 | 2014
ACEPTADO 26 | 09 | 2014

Comisión Interuniversitaria Nacional (CIN)
Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Resumen

Palabras clave
deporte
medios digitales
narrativas
jóvenes

El trabajo busca analizar el tratamiento de la información deportiva por dos portales digitales de la ciudad de La Plata en el marco del nuevo paradigma de la comunicación, e investigar cómo los jóvenes aparecen representados por las narrativas mediáticas en relación con las prácticas deportivas. El interés por el deporte como objeto de estudio radica en que éste resulta sumamente productivo para comprender fenómenos que nos atraviesan como individuos y sociedades en la actualidad. Se indagará y se abordarán elementos conceptuales vinculados al rol de los medios, el deporte como fenómeno sociocultural de las sociedades modernas y el rol del Estado en la relación medios-deporte-sociedad, que servirán como sustento teórico y como marco contextual de la investigación, buscando de esta manera la integralidad en la producción de conocimiento.

Abstract

Keywords
sport
digital media
narratives
youth

The article seeks to analyze the processing of the sports information by two digital portals of the city of La Plata within the new paradigm of communication, and investigate how young people are represented by media narratives in relation to sports practices. The Interest in the sport as an object of study is that it is extremely productive to understand phenomena which through us as individuals and societies. It will approach conceptual elements linked to the role of the media, sport and cultural phenomenon of modern societies and the role of the state in the media-sport-society relation, which will serve as a theoretical basis and as a contextual framework of the investigation, looking for the comprehensiveness in the production of knowledge.

La construcción de la información deportiva en medios digitales

El caso de *El Día* y *Diagonales* de la ciudad de La Plata

Por Fausto Giorgis

176

El presente trabajo nace a partir de problematizar el rol que ocupan los medios de comunicación en el marco de la Sociedad de la Información y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Con la discusión y la posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522, en 2009, se generaron debates sobre la estructura de propiedad de los medios, las líneas editoriales y la democratización de la información; debates que excedieron los ámbitos puramente académicos y tuvieron alcance en lo más hondo de la opinión pública. La resultante de todo ello fue un cambio de paradigma sobre la comunicación y el acceso a la información: la noticia pasa a ser considerada un derecho y un bien cultural.

A su vez, en la Argentina, en los últimos años, se han implementado políticas públicas vinculadas con el deporte que proponen una nueva perspectiva sobre él. Políticas como la transmisión abierta y gratuita de eventos deportivos masivos, la creación de un canal exclusivo de deportes público y del Ente Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (ENARD), entre otras, que plantean entender el deporte como un fenómeno social y cultural que atraviesa de forma significativa nuestra sociedad y, en particular, a los jóvenes como principales protagonistas de estas prácticas.

En este contexto, surgió la inquietud de investigar sobre casos concretos de medios de comunicación que forman parte de este proceso de transformación coyuntural. Para ello, se eligió trabajar con el diario *Diagonales* y con el diario *El Día*, ambos de la ciudad de La Plata, en su versión digital. La propuesta consiste en analizar los criterios de construcción, de selección, de jerarquización y de tratamiento de la información deportiva que realizan ambos medios.

A su vez, en el análisis se profundizará en la construcción de la figura de los jóvenes dentro de las narrativas mediáticas en relación con las prácticas deportivas. Estos actores sociales son, en muchos casos, los protagonistas principales de los diferentes deportes, que en el último tiempo han consagrado como estrellas a deportistas cada vez más jóvenes. Resulta interesante investigar cómo una figura que en otros ámbitos es estigmatizada discursivamente, en el deporte es reivindicada y sirve como mecanismo de inclusión social para sectores muchas veces desprotegidos.

De modo que el objeto de estudio de esta investigación cuenta con tres componentes fundamentales. Por un lado, observar el tratamiento de la información deportiva en el marco del nuevo paradigma de la comunicación; por otro, analizar cómo esa información es presentada en los portales digitales; y, finalmente, indagar cómo aparecen representados los jóvenes dentro de estas prácticas discursivas. El recorte en los sitios digitales complejiza aún más el objeto de estudio, ya que se encuentran sujetos a la lógica que impone la revolución de Internet, que por ser un campo novedoso se presenta en plena construcción.

El proyecto de investigación se encuentra en su fase inicial, por lo tanto, sólo se describirán algunas categorías que se han comenzado abordar y a profundizar, como es el caso de la información deportiva y del periodismo digital, al mismo tiempo que se mostrará cómo aparecen articulados los jóvenes dentro del deporte. También se presentará en líneas generales la metodología que se utilizará para realizar la investigación, y se expondrán algunas consideraciones iniciales respecto del funcionamiento de cada medio, de acuerdo con un primer recorte y observación del corpus propuesto. Todas estas cuestiones serán ampliadas y profundizadas a lo largo del recorrido de la investigación.

El valor de la información deportiva en las sociedades modernas

La relevancia de establecer la información deportiva como objeto de estudio tiene su justificación en la trascendencia que tiene el deporte en las sociedades modernas, en especial en la Argentina y en el resto de América Latina, en las cuales se encuentra muy presente. Como sostiene Pablo Alabarces:

No es necesario leer ensayos académicos para descubrir la presencia cotidiana del deporte en toda América Latina. Esa comprobación llega hasta la desmesura al revisar el lugar que ocupa en los medios de comunicación, excediendo las páginas especializadas de la prensa deportiva o los segmentos noticiosos para adquirir autonomía en emisoras radiales específicas, en periódicos deportivos, en canales de cable íntegramente dedicados a la transmisión de eventos o al comentario de los detalles más minuciosos de la vida atlética (2006: 1).

Para comprender la injerencia del deporte como fenómeno sociocultural, Pablo Alabarces sostiene, entre otras cosas, que «el deporte se sobreimprime a situaciones identitarias claves: la socialización infantil, la definición de género –especialmente, la masculinidad–, la conversación cotidiana, la constitución de colectivos» (2004: 3).

En la misma línea se expresan Andrés y Mariano López, quienes realizan un recorrido histórico sobre el tratamiento periodístico de los deportes en la Argentina. Al referirse a los albores del periodismo deportivo, a fines del siglo XIX, los autores encuentran una particular relación entre la construcción de la Argentina como Estado nacional, el deporte y el periodismo:

En una nación que se estaba conformando como tal, el deporte permitió establecer un «espacio nacional» de competencia real, movilidad social y unificación territorial y simbólica. Y el periodismo jugó un papel crucial en esa construcción sobre todo en la década del 20, cuando se consolidó el fútbol como espectáculo deportivo (López & López, 2012: 2).

De manera que el fútbol, por tratarse del deporte más popular de la región y del país, comenzó a ganar cada vez más terreno en las páginas de los diarios de fines del siglo XIX y de principios del XX. El automovilismo y el boxeo fueron los otros deportes que acompañaron este despegue.

Con la irrupción de los primeros campeonatos, la información sobre los partidos de fútbol comenzó a consolidarse en un espacio fijo. Los diarios, bajo el rotulo de «sports» incluyeron datos y comentarios del juego (López & López, 2012: 3).

Luego llegarían las revistas especializadas, siendo *El Gráfico* el gran hito de la prensa gráfica con su surgimiento, en 1919. Diarios como *Crítica*, y más tarde *Crónica*, comenzaron a otorgarle un espacio cada vez mayor a lo relativo al deporte, incluso dedicando sus tapas a información de este ámbito.

Ya en la década del noventa, y tras una experiencia fallida en 1965, surge el primer diario especializado en deportes. En 1996, «cuando el auge de la información deportiva parecía pedirlo a gritos» (López & López, 2012: 9), el Grupo Clarín saca *Olé*. De modo que, a lo largo de todo el siglo xx, el crecimiento del interés por parte del público sobre la información relativa al deporte irá en aumento. Características similares posee la evolución del espacio ocupado por la información deportiva en otros soportes como la radio y la televisión.

La relevancia que ha cobrado la información deportiva, pero sobre todo los periodistas deportivos, ha llevado a que

cuantos trabajan en la sección del ya asentado género específico del periodismo sean los más seguidos por la opinión pública. Sus artículos, crónicas, reportajes, fotografías e imágenes se leen, se escuchan y se ven, no por un reducido sector de la sociedad, sino por el conjunto de la misma (Alcoba López: 2005, 74).

En la actualidad, esto se verifica en la gran cantidad de periodistas que forman parte de los diferentes medios y cadenas especializadas en deportes. Su popularidad se comprueba, también, en la cantidad de seguidores que poseen en sus cuentas de Twitter, superando la barrera de los diez mil, cincuenta mil y cien mil seguidores.

Todo este desarrollo exponencial de lo deportivo en los medios, fenómeno propio, también, de las sociedades modernas que se caracterizan por aumentar sus tiempos de ocio y de entretenimiento, ha sido capitalizado por el Estado argentino. En 2009, en el marco de la discusión sobre una nueva concepción de la comunicación, el Estado nacional firmó un contrato con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) para poseer los derechos de transmisión de los partidos de fútbol de Primera División. La AFA rompió su vínculo con la empresa contratada desde 1991, Televisión Satelital Codificada (TSC),

que transmitía los partidos a través de su señal de cable y, en algunos casos, de modo codificado, y cedió los derechos al Estado.

Al ser el Estado el poseedor de los derechos de transmisión, los partidos se emiten por señales abiertas y de forma gratuita. Esta política pública se ancla, fuertemente, en esta nueva concepción de la comunicación como bien cultural y no como mercancía. Ya no es necesario abonar un servicio de cable o de satélite para acceder a la transmisión de los partidos del deporte más popular de la Argentina, sino que es el Estado quien facilita el acceso, garantizando su gratuidad y un mayor alcance a nivel nacional.

No es menor este acontecimiento. Se trata de una implementación política efectiva de lo que se venía discutiendo en los primeros años de la década de 2000. No sólo se busca generar el cambio en el campo de lo ideológico y jurídico, sino que se hace realidad en el campo de lo material. Y esta decisión de transmitir los partidos del campeonato de Primera División obedece a las cuestiones que se han enumerado más arriba. No es un mero capricho, sino la declaración del deporte como un bien cultural, a sabiendas de que es un fenómeno masivo y popular del siglo XXI.

Esta política pública se ha complementado con la creación del primer canal de deportes público, *Deportv*, que comenzó a transmitir en 2012. El fútbol fue el percusor de este cambio, pero también se han incorporado las transmisiones gratuitas y abiertas de automovilismo, con *Automovilismo para todos*, las peleas de boxeo de referentes nacionales, básquet, hockey, vóley, Juegos Olímpicos y otras disciplinas.

Sin embargo, más allá del peso que se le ha otorgado al deporte dentro de las sociedades modernas, y en particular en la Argentina, «el deporte permaneció obturado hasta fechas muy recientes como una posibilidad de discurso académico latinoamericano» (Alabarces, 2004: 2). Es decir que el interés por el deporte como objeto de estudio no abunda, transformando esta investigación en un desafío original para comprender fenómenos que nos atraviesan en la actualidad como individuos y como sociedades.

En ese marco surge la inquietud de indagar acerca de la construcción de la información deportiva. Determinar si un acontecimiento es noticiable o no responde a una multiplicidad de factores. Stella Martini plantea:

las noticias serían el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a «instrucciones» (más o menos explicitadas) de

la empresa y a actitudes y a valores consensuados o al menos aceptados (la distorsión consciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la distorsión inconsciente o involuntaria) (2000: 77).

A su vez, en el proyecto en el que se inscribe esta investigación se advierte:¹

pese al rol determinante que tienen los medios en la formación de la opinión pública, el grueso de los trabajos de investigación que analizan el proceso de selección y de jerarquización de la información, procurando establecer criterios y/o intencionalidades editoriales, están focalizados en las secciones vinculadas a la política o a la economía. La sección o suplemento deportivo suele no ser abordado y pareciera presentarse como un espacio aséptico como para ser analizado.

Este interés en las secciones o en los suplementos deportivos también se justifica en las particularidades que posee la estructura de la información deportiva. Sobre todo cuando se produce a nivel local, como sucede en la ciudad de La Plata con los diarios *El Día* y *Diagonales*.

Los periodistas que prestan sus servicios en una ciudad o en una región donde sólo se edita un periódico o dos, o quizás otro deportivo, las emisoras de radio no pasan de tres, y la cadena de televisión no es realmente local sino regional, serán conocidos por los aficionados de la ciudad (Alcoba López, 2005: 75).

Este panorama bien podría aplicarse al círculo del periodismo platense. Es una cuestión interesante a tener en cuenta sobre las condiciones de producción de la información deportiva.

De lo dicho se desprende el interés por ahondar en una investigación que ponga en discusión cuestiones que han sido poco abordadas. La particularidad de realizar un análisis de los criterios de selección, de jerarquización y de construcción de la información deportiva, centrando la atención en cómo aparece lo social, lo regional y lo local, reside en lo ya mencionado: el cambio de paradigma sobre la concepción del acceso a la información y la comunicación.

Nuevas formas de producción: el periodismo digital

Al tomar como objeto de estudio dos medios digitales de la ciudad de La Plata, el eje está puesto en descubrir cómo se visualiza el deporte entendido como fenómeno social en esta región, en el marco de las nuevas formas de producción y de consumo de información a través de Internet. Leandro Zanoni, en su libro *El imperio digital*, advierte que «esta situación supone una nueva distribución de la información. Un nuevo modelo que implica la descentralización y democratización del acceso a contenidos» (2008: 71).

También aquí vale la pena resaltar el rol que ocupan los jóvenes como usuarios preferenciales de los medios digitales. Los jóvenes de la actualidad son los que nacieron y crecieron a la par del desarrollo de Internet, por lo cual presentan gran predisposición a interactuar en el entorno virtual, ya sea como productores o como consumidores de información.

Al tratarse de una forma muy reciente de producción, el periodismo digital como objeto de estudio es también un campo en formación. Son pocos los trabajos que indaguen acerca de las características, las lógicas y las peculiaridades de la producción de periodismo digital. Uno de los pioneros en el campo fue Luis Albornoz, con su libro *Periodismo digital*. Allí se puede rastrear, por ejemplo, una primera descripción de la lógica de funcionamiento de los diarios en línea.

En principio, se distinguen tres flujos de contenidos informativos de actualización diferenciada:

- a) Por un lado, están aquellos contenidos producidos, exclusivamente, para el sitio, los cuales se renuevan a lo largo del día. Se trata de un flujo de actualización permanente integrado, principalmente, por información provista por las redacciones digitales de los respectivos diarios (producción propia) y por las agencias de noticias (producción externa).
- b) Por otro, encontramos contenidos informativos derivados de la edición impresa, que se actualizan a diario. Estos, a su vez, suelen estar presentes en dos formatos: 1) el HTML, propio de la Red, que suele alimentar las diferentes secciones del diario *online*, y 2) el formato PDF, que permite mostrar los contenidos tal cual fueron diseñados para la edición impresa, y es comercializado por separado (suscripción de pago).

c) Finalmente, están aquellos contenidos informativos provenientes de los suplementos impresos que suelen acompañar la edición papel. Estos tienen una frecuencia de actualización semanal o mensual (Albornoz, 2006: 201).

Otra de las características propias de los medios digitales es su actualización permanente; a excepción de la madrugada, donde el caudal de noticias merma hasta que amanece.

De acuerdo con la importancia que tengan las noticias que van surgiendo a lo largo del día, las mismas ocupan en primer lugar la portada o la página de inicio, para luego pasar a formar parte de las secciones del diario online (Albornoz, 2006: 202).

También se registra la producción de contenidos especiales de corte multimedial, propio de las posibilidades que brinda el formato digital. Muchas redacciones suelen elaborar secuencias de fotos, videos a modo de microrrelatos, donde se tratan temas destacados o especiales.

Otras variables importantes y a desarrollar a lo largo de la investigación serán cómo se presentan las coberturas en tiempo real, los rankings de noticias más leídas, el rol de los blogs, las formas de búsqueda de información, las posibilidades de acceso y de poder compartir noticias, recursos, etcétera.

En el periodismo digital existe un universo muy diferente al del periodismo impreso, que cambia, completamente, las formas de producción y de consumo de la información. Analizar estas cuestiones en los casos de *El Día* y de *Diagonales* supone un desafío interesante.

Jóvenes y deportes

Desde que el deporte surgió como institución social en la Antigua Grecia tuvo como protagonistas principales a los jóvenes. Los atletas que participaban de los Juegos Olímpicos en la Antigüedad eran formados con ejercicios físicos durante su infancia y su adolescencia para, una vez cumplidos los veinte años de edad, comenzar a participar en estos eventos sociales.

Estas prácticas también se replican en las sociedades modernas. Son jóvenes las figuras excluyentes de los deportes. Incluso durante el siglo xx se acentuó la tendencia a profesionalizar y a incluir en la alta competencia a sujetos cada vez más jóvenes. Esto se desprende de una cuestión puramente física, ya que son los jóvenes quienes poseen mayor potencial para desplegar en actividades atléticas.

En la Argentina, esta situación, por supuesto, no es la excepción. Abundan los casos de jóvenes que han triunfado en sus respectivas disciplinas a nivel mundial sin superar los veinte o los veinticinco años. A lo largo y a lo ancho del país existen numerosas instituciones deportivas que nuclean a miles de jóvenes que practican las más variadas disciplinas.

El deporte, incluso, ha sido el vehículo de movilidad social, y de acceso a la educación y a condiciones dignas de vida de muchos jóvenes del país.

Una actividad física y deportiva correctamente planificada y centrada en la educación en valores ayuda a mejorar la calidad de vida y el bienestar personal y social de estos jóvenes, proporcionándoles beneficios no sólo de tipo físico [...]; produce beneficios sociales, desarrollando su habilidad de relación interpersonal y su capacidad de responsabilizarse de sus actos; instauro hábitos vocacionales, creándoles una perspectiva de futuro y mejorando su disposición hacia el trabajo (Jiménez Martín & Durán González, 2005: 15).

Sin embargo, los medios de comunicación han propiciado una visión estigmatizadora sobre los jóvenes, cargada de prejuicios, hasta el punto de demonizarlos. En un estudio realizado en 2012 por el Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios perteneciente a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, se informó que sobre el total de noticias publicadas en diarios de tirada nacional y local (en el relevamiento se incluye *El Día*) con respecto a los jóvenes,

el 70% de las noticias fueron publicadas en la sección «policial», frente a un 15% publicado en «información general», un 10% en «secciones regionalizadas» (Nacional, Provincial, Local, Regional), y solo un 5% en otras «secciones especializadas» (sociedad, cultura, política, etc.) (Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios, 2012: 18).

Teniendo en cuenta que «las juventudes, entendidas como construcciones sociales que se articulan de manera compleja a partir de la edad, la generación, la clase social, el género y el marco institucional, son configuradas por ciertas operaciones en las cuales el discurso mediático delimita un horizonte de sentido en el cual se circunscribe lo juvenil» (Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios, 2012: 16), resultan por lo menos alarmantes las cifras que vinculan a los jóvenes con hechos violentos o delictivos. Esto vuelve aún más interesante la mirada particular sobre los jóvenes y el deporte, un espacio que no parece tener visibilidad en las prácticas discursivas de los medios a pesar de ser un ámbito integrado, en su mayoría, por este sector social.

Metodología de la investigación

En el caso de esta investigación, que propone analizar los procesos de selección, de jerarquización y de construcción de la información deportiva publicada en dos medios digitales, se procederá a la interpretación, a la descripción y al análisis de lo que allí es publicado. Se intentará diagnosticar cuáles son las rupturas sobre las regularidades y establecer categorías de análisis preexistentes y propias para un abordaje integral, que analice procesos y del cual se puedan obtener resultados complejos.

Sin embargo, no se desestimarán ciertas técnicas de la investigación cuantitativa que permitan la recopilación de datos que luego serán elaborados y cuyos resultados se analizarán de manera cualitativa. De cualquier forma, no se debe perder de vista que el proceso íntegro de esta investigación responde a la vertiente cualitativa, tanto en su estructura como en su lectura crítica posterior.

El abordaje cualitativo permitirá analizar el objeto de estudio desde múltiples perspectivas, asumiendo la complejidad que exige un fenómeno de este estilo, que se encuentra inmerso en un contexto histórico, sociocultural y político determinado y que, justamente, es contemporáneo a un cambio de paradigma respecto a pensar la información, con todo lo que esto significa.

Desde la perspectiva cualitativa se propone trabajar con entrevistas semiestructuradas a profesionales del periodismo deportivo, con relevamiento de medios, con análisis comparativo de la información, y con recolección y análisis de datos predeterminados, entre otras técnicas.

Los medios elegidos (*El Día* y *Diagonales* en sus ediciones digitales) serán estudiados durante tres semanas tomadas de tres meses diferentes, con el objetivo de obtener un muestreo amplio, asegurando cubrir eventos estacionales, pero evitando acontecimientos extraordinarios que alteren el equilibrio habitual de producción de información. El recorte se hará en la información que cada diario publique en la sección deportiva, con especial énfasis en el modo en el que aparece lo social, lo regional y lo local.

Una vez que se haya recopilado todo este material, se procederá a la selección, la sistematización y la jerarquización de la información para luego realizar un análisis de los mismos en base a las premisas que sostiene esta investigación. A su vez, se realizarán entrevistas con referentes profesionales del periodismo deportivo, con el objeto de indagar sobre los criterios periodísticos en el proceso de selección y de jerarquización de la información.

Primer relevamiento del corpus

Durante la semana del 8 al 14 de septiembre de 2014 se realizó el primer relevamiento del corpus. Si bien aún no se ha hecho una sistematización ni un análisis riguroso de lo relevado, se han detectado ciertas particularidades que se exponen a continuación.

- Mientras que *El Día* posee una versión impresa, *Diagonales* sólo es producido en formato digital. De aquí se desprende una notable diferencia en el caudal y en el flujo informativo deportivo: *El Día* presenta en su portal digital las noticias del día e incluye la versión completa de su edición en papel, con lo cual la cantidad de artículos periodísticos del diario dirigido por Raul Kraiserlbud es notablemente superior a la de *Diagonales*.
- De acuerdo con el caudal informativo, *Diagonales* suele dejar publicadas en su portal noticias por dos o tres días, mientras que *El Día* las renueva diariamente. El proceso de actualización es mucho más dinámico en el diario fundado en 1884.
- En ambos medios existe una gran cobertura de los clubes más importantes de fútbol de la región: Estudiantes de La Plata y Gimnasia y Esgrima de La Plata, en primera instancia, y Cambaceres y Villa San Carlos, en segunda.

- Mientras que *El Día* cubre, habitualmente, la mayoría de las disciplinas que poseen competiciones a nivel local, nacional e internacional, como fútbol, básquet, automovilismo, hockey, vóley, rugby, turf, handball, *Diagonales* suele hacer hincapié en el fútbol y cubre con menor asiduidad noticias referentes a otros deportes.
- *El Día* utiliza más a menudo recursos digitales, como videos, galería de fotos e infografías.
- *El Día* posee dos blogs destinados a Estudiantes y a Gimnasia, que son dirigidos por periodistas allegados al diario, pero que poseen una línea editorial partidaria y diferente a la del medio que los nuclea.
- En las notas de deportes publicadas por *El Día* se observa variedad de autores a la hora de firmar los artículos, mientras que en *Diagonales* suelen ser tres o cuatro periodistas los que firman las notas. Esto daría cuenta de una redacción con mayores integrantes en el caso de *El Día*.
- Durante el proceso en que se efectuó el relevamiento, *Diagonales* atravesaba por un cambio de propietarios, que se tradujo en una situación de inestabilidad y de recorte de personal periodístico, lo cual remite a condiciones extraordinarias que no fueron imaginadas al momento de seleccionar el corpus.

Conclusiones

Si bien el proyecto de investigación se encuentra en una fase inicial, esta instancia permite advertir temáticas esenciales del trabajo que, de acuerdo con las propias trayectorias de los marcos exploratorios, se irán complejizando en virtud del análisis. Tras un primer mes de trabajo se evidencian ciertas peculiaridades de las condiciones de producción reales de ambos medios, que muchas veces respetan lo que se propone a nivel teórico ideológico en la nueva concepción de la comunicación y muchas veces no.

El objetivo primordial de este trabajo es justamente ese: poder analizar cómo se organiza lo decible y lo narrable, qué se privilegia y qué no, cómo se lo aborda, cuáles son los actores que intervienen y cuáles son los que se rescatan. De esos actores, se hará foco en cómo son construidos, discursivamente, los jóvenes en relación con el deporte. A estas inquietudes se intentará dar respuesta a lo largo de toda la investigación. 🌞

Referencias bibliográficas

Alabarces, Pablo (2006). «Esporte». En Sader, Emir, Ivana Jinkings, Rodrigo Nobile y Carlos Eduardo Martins (orgs.). *Enciclopedia Contemporánea da América Latina e do Caribe*. Rio de Janeiro: LPP (UERJ) / Boitempo Editorial.

Albornoz, Luis (2006). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía.

Alcoba López, Antonio (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.

López, Andrés; López, Mariano (2012). «Primeros apuntes del periodismo deportivo en Argentina». En López, Andrés y otros. *Cuaderno de cátedra Periodismo Deportivo I* (pp. 13-63). La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios (2012). *Informe Anual 2012*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Zanoni, Leandro (2008). *El imperio digital*. Buenos Aires: Ediciones B.

Referencias electrónicas

Alabarces, Pablo (2004). «Entre la banalidad y la crítica: Perspectivas de las Ciencias Sociales sobre el deporte en América Latina». *Memoria y civilización*, Vol. 7, pp. 39-77 [en línea]. Disponible en <<http://hdl.handle.net/10171/17670>>.

Jiménez Martín, Pedro Jesús; Durán González, Luis Javier (2005). «Actividad física y deporte en jóvenes en riesgo: educación en valores». *Apuntes. Educación Física y Deportes* (N.º 80), pp. 13-19 [en línea].

Disponible en: <<http://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca?article=171>>.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N.º 26.522. Boletín Oficial de la República Argentina, 10 de octubre de 2009 [en línea]. Disponible en <<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anejos/155000-159999/158649/norma.htm>>.

Nota

1 Proyecto «La construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos», correspondiente al Programa de Incentivos a Docentes Investigadores del Ministerio de Educación de la Nación. Directora: Patricia Viale. Período de desarrollo: 2014. Inscripción: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.