



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Presentada como requisito previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)

TEMA:

La Evolución del Periodismo Deportivo en la Era Digital: Análisis de las Estrategias de Cobertura, Participación de la Audiencia y Nuevos Modelos de Negocio

AUTOR:

Alvarado Alvarado Paúl Ariel

Castro Almeida Bryan Josias

DONCENTE GUÍA:

Lcda. Flores María Teresa

OCTUBRE 2023 – MARZO 2024

AGRADECIMIENTO

Dios, quien ha sido mi roca y fortaleza en este viaje académico, y a mis padres y familia, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi inspiración constante.

A mi querida tutora de prácticas, la Lcda. Nathaly Quiñónez, cuya guía experta y dedicación me han llevado a alcanzar nuevos horizontes académicos. Su sabiduría y enseñanzas han sido faros en mi camino hacia el conocimiento.

A todos aquellos que, de una manera u otra, han sido parte de este recorrido, les dedico este trabajo con profundo agradecimiento y humildad.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por darme la fortaleza y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa de mi vida académica. Su guía y apoyo han sido fundamentales en este camino. A mis padres les agradezco profundamente por su amor incondicional, su constante apoyo y sus sacrificios para brindarme la mejor educación posible.

Sin su aliento y ejemplo, no habría llegado hasta aquí.

A todos mis amigos, quienes compartieron risas, lágrimas y momentos inolvidables conmigo, les estoy profundamente agradecido. Sin embargo, quiero hacer una mención especial a mi querido grupito, quienes estuvieron a mi lado en los momentos más difíciles. Su apoyo incondicional y solidaridad fueron un bálsamo en los momentos de adversidad. Juntos demostramos que la amistad verdadera es un tesoro invaluable.

A mi estimada tutora de tesis, Lda. María Teresa Flores, quiero expresarle mi más sincero agradecimiento por su dedicación, orientación y apoyo durante la realización de este trabajo. Sus conocimientos, paciencia y guía fueron fundamentales para superar los desafíos y alcanzar este logro académico.

INFORME FINAL DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

ALVARADO ALVARADO PAÚL ARIEL - CASTRO ALMEIDA BRYAN JOSIAS



Nombre del documento: ALVARADO ALVARADO PAÚL ARIEL - CASTRO ALMEIDA BRYAN JOSIAS.docx
ID del documento: bf329bc779fa74d0e605ddcac6e594a15675afed
Tamaño del documento original: 74,77 kB

Depositante: María Teresa Flores Montoya
Fecha de depósito: 10/2/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 10/2/2024

Número de palabras: 8897
Número de caracteres: 62.500

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuente con similitudes fortuitas

| Nº | Descripciones | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales |
|----|--|-------------|-------------|--|
| 1 | Documento de otro usuario #b42150 El documento proviene de otro grupo | < 1% | | Palabras idénticas: < 1% (16 palabras) |

ÍNDICE DE GENERAL

| | |
|--|-------------------------------|
| DEDICATORIA | ¡Error! Marcador no definido. |
| AGRADECIMIENTO | 2 |
| AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL | ¡Error! Marcador no definido. |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| ACTA DE CALIFICACIÓN DEL TIC..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| INFORME FINAL DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO | 3 |
| ÍNDICE DE GENERAL..... | 4 |
| RESUMEN | 7 |
| ABSTRAC | 8 |
| CAPÍTULO 1.- INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1.1. Contextualización de la situación problemática..... | 9 |
| 1.1.1. Contexto Internacional..... | 9 |
| 1.1.2. Contexto Nacional. | 10 |
| 1.1.3. Contexto Local..... | 10 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 12 |
| 1.3. Problema de investigación | 13 |
| 1.4. Justificación..... | 13 |
| 1.5. Objetivo de la investigación..... | 15 |
| 1.5.1. Objetivo general..... | 15 |
| 1.5.2. Objetivos específicos | 15 |
| 1.6 Hipótesis de la investigación | 15 |
| CAPÍTULO 2.- MARCO TEÓRICO | 16 |

| | |
|---|----|
| 2.1. Antecedentes | 16 |
| 2.2. Bases teóricas | 19 |
| 2.2.1. Estrategias de Cobertura en el Periodismo Deportivo Digital | 19 |
| 2.2.2. Participación Activa de la Audiencia en el Periodismo Deportivo Digital..... | 26 |
| 2.2.3. Nuevos Modelos de Negocio en el Periodismo Deportivo Digital..... | 30 |
| CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA..... | 37 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación. | 37 |
| 3.1.1. Diseño no experimental | 37 |
| 3.1.2. Enforque cualitativo..... | 37 |
| 3.1.3. Investigación bibliográfica | 37 |
| 3.2. Operacionalización de variables. | 38 |
| 3.3. Población y muestra de investigación..... | 39 |
| 3.3.1. Población. | 39 |
| 3.3.2. Muestra. | 39 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de medición. | 39 |
| 3.4.1. Técnicas | 39 |
| 3.4.2. Instrumentos..... | 40 |
| 3.5. Procesamiento de datos..... | 40 |
| 3.6. Aspectos éticos..... | 40 |
| CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 42 |
| 4.1. Resultados | 42 |
| 4.2. Discusión..... | 43 |
| Discusión de datos de los periodistas sobre Periodismo Deportivo | 43 |

| | |
|--|-----------|
| Discusión de datos de los periodistas sobre Era Digital | 45 |
| Discusión de datos de los periodistas sobre Estrategias de Cobertura | 46 |
| Discusión de datos de los periodistas sobre Modelos de Negocio | 48 |
| CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. | 50 |
| 5.1. Conclusiones | 50 |
| 5.2. Recomendaciones | 50 |
| REFERENCIAS | 52 |
| ANEXOS | 59 |
| Resultados de entrevista sobre la variable de Periodismo Deportivo | 62 |
| Resultados de entrevista sobre la variable de Era Digital..... | 68 |
| Resultados de entrevista sobre la variable de Estrategias de Cobertura | 75 |
| Resultados de entrevista sobre la variable de Modelos de Negocio | 79 |

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar la evolución del periodismo deportivo en la era digital mediante un análisis detallado de las estrategias de cobertura, la participación de la audiencia y los nuevos modelos de negocio, para identificar oportunidades de mejora, optimización y adaptación a los cambios en la ciudad de Guayaquil a través del análisis detallado de estrategias periodísticas, involucramiento público y nuevos modelos de negocio. Utilizamos métodos cualitativos para revisar investigaciones y estudios previos y realizar cinco entrevistas con periodistas deportivos locales que trabajan en medios digitales. Este enfoque proporciona una comprensión clara del estado actual del conocimiento en el campo y las experiencias y perspectivas de los expertos en el campo. Dada la continua evolución de las revistas deportivas, esta investigación es importante para identificar oportunidades de mejora y adaptación a los desarrollos tecnológicos y estrategias de transición hacia modelos digitales más eficientes. El objetivo es brindar nuevos conocimientos sobre el estado del periodismo deportivo digital en Guayaquil, influir en los profesionales de la comunicación y la educación, y brindar información importante y actualizaciones sobre la actividad del proyecto.

Palabras clave: Periodismo deportivo, Era digital, Reportajes, Participación de la audiencia, Modelos de negocio.

ABSTRAC

The objective of this work is to analyze the evolution of sports journalism in the digital era through a detailed analysis of coverage strategies, audience participation and new business models, to identify opportunities for improvement, optimization and adaptation to changes. in the city of Guayaquil through the detailed analysis of journalistic strategies, public involvement and new business models. We used qualitative methods to review previous research and studies and conduct five interviews with local sports journalists working in digital media. This approach provides a clear understanding of the current state of knowledge in the field and the experiences and perspectives of experts in the field. Given the continuous evolution of sports magazines, this research is important to identify opportunities for improvement and adaptation to technological developments and transition strategies towards more efficient digital models. The goal is to provide new insights into the state of digital sports journalism in Guayaquil, influence communication and education professionals, and provide important information and updates on project activity.

Keywords: Sports journalism, Digital era, Reports, Audience participation, Business models.

CAPÍTULO 1.- INTRODUCCIÓN

1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

Reporteros sin frontera o también conocido por sus siglas como RSF ha lanzado su Índice Mundial de Libertad de Prensa coincidiendo con el Día Mundial de la Libertad de Prensa. La edición de 2023 evalúa la situación en 180 países y destaca cambios significativos relacionados con la inestabilidad política, social y tecnológica. Brasil sube 18 puestos debido a la salida de Jair Bolsonaro, mientras que Senegal desciende 31 lugares. RSF alerta sobre los efectos dramáticos de la desinformación y la "industria del engaño" en el entorno digital. La clasificación revela que la inteligencia artificial generativa afecta al frágil universo mediático. Noruega lidera la lista, seguida de Irlanda y Dinamarca, mientras que Vietnam, China y Corea del Norte son los países más represivos. Conforme al análisis al mapa de la libertad de prensa, se evidencia que ningún país en América, se encuentra en verde. Costa Rica retrocede al puesto 23, Cuba se mantiene como el país con peor clasificación en la región, y España ocupa el puesto 36, experimentando un descenso de cuatro lugares debido a la creciente polarización política y la precariedad en los medios (Mena, 2023).

La participación activa de la audiencia, la implementación de nuevas tecnologías y la exploración de modelos de negocio sostenibles son aspectos clave que están marcando el rumbo del periodismo deportivo en la era digital a nivel global.

1.1.2. Contexto Nacional.

En torno a la utilización de medios digitales, los datos expuestos por el informe Ecuador Estado Digital 2021 señala que Quito y Guayaquil lideran en número de usuarios de redes sociales en el país, representando el 27% de la población activa en estas plataformas. A nivel nacional, el 78,7% utiliza diariamente estas redes. El informe, que se fundamenta en información recopilada desde enero de 2020 hasta enero de 2021, señala a Facebook, Instagram, TikTok y Twitter como las plataformas más utilizadas en Ecuador. Facebook continúa siendo la red social más frecuentada a través de navegadores web, mientras que Instagram registra el menor nivel de uso en esta plataforma. En promedio, los ecuatorianos destinan 18,50 minutos al día en Facebook, siendo la red social que captura más tiempo, seguida por Youtube. En cuanto a mensajería instantánea, WhatsApp es la herramienta más utilizada y descargada, seguida por Messenger de Facebook (Dávalos, 2021).

1.1.3. Contexto Local.

Rentería (2020) expone que el periodismo deportivo en Guayaquil se enfrenta a desafíos significativos en la era de las redes sociales, evidenciando limitaciones en el conocimiento y manejo de las TICs por parte de los periodistas. El periodismo deportivo tiene como objetivo proporcionar información precisa y veraz, basándose en fuentes confiables y llevando a cabo investigaciones para comunicar de manera responsable la realidad de los acontecimientos deportivos a los usuarios. En el contexto actual, las redes sociales a menudo difunden acciones deportivas que no se corresponden con la realidad, lo que hace que el trabajo del periodista sea más exigente al buscar producir noticias fundamentadas en bases sólidas y con alto grado de profesionalismo.

Existen diferentes medios de comunicación en Guayaquil, en donde pueden presentarse datos de indoles deportivos, en la siguiente tabla se exponen el total de medios encontrados hasta el 2021, ya que no existen datos más actualizados de los mismos.

Tabla 1.

Medios de Comunicación en la ciudad de Guayaquil, 2021

| Tipos de medios | Frecuencia | % |
|------------------------|-------------------|----------|
| Radio | 49 | 53% |
| Impresos | 19 | 21% |
| Medio en internet | 14 | 15% |
| Televisión | 10 | 11% |
| Total | 92 | 100% |

Fuente: Consejo de Comunicación (2021); Elaboración propia

El análisis de los medios de comunicación en Guayaquil revela una clara predominancia de la radio, con un 53% de la distribución total. Los medios impresos ocupan el segundo lugar en frecuencia, representando el 21% del total. A pesar del creciente uso de internet, los medios en línea todavía constituyen una proporción relativamente pequeña, con un 15%. La televisión, aunque sigue siendo un medio importante, representa solo el 11% de la distribución total. Este panorama refleja una preferencia marcada por los medios auditivos y la impresión, aunque también se observa una presencia significativa de los medios digitales. En conjunto, estos datos ofrecen una visión general de la diversidad y el alcance de los medios de comunicación en la ciudad de Guayaquil.

1.2. Planteamiento del problema

En el contexto de "La Evolución del Periodismo Deportivo en la Era Digital", surge un problema integral que impacta directamente en la calidad y la viabilidad económica del sector. La falta de adaptación eficiente a las demandas digitales se manifiesta en tres causas interrelacionadas, que, a su vez, generan una serie de efectos adversos.

Además, la resistencia a la innovación se revela como un segundo componente del problema. La renuencia por parte de los actores del periodismo deportivo a adoptar nuevos enfoques y modelos de negocios digitales contribuye al estancamiento en la evolución de las estrategias de cobertura. Esta resistencia también conlleva una menor participación de la audiencia, ya que las plataformas tradicionales no logran adaptarse eficazmente a las preferencias y comportamientos en línea de los consumidores de contenido deportivo (Carmen y Escalera, 2022).

Finalmente, la escasa integración tecnológica en las organizaciones de periodismo deportivo emerge como una tercera causa subyacente. La falta de una infraestructura tecnológica plenamente integrada limita la eficiencia en la producción y distribución de contenido digital, generando como efecto una menor visibilidad y alcance en las plataformas digitales. Esta limitación tecnológica también resulta en la pérdida de oportunidades económicas, ya que las organizaciones no logran optimizar la distribución de contenido digital de manera efectiva (Wiske y Horkey, 2021).

En conjunto, estas causas interactúan para configurar un problema complejo en el ámbito del periodismo deportivo digital, manifestándose en una reducción en la calidad de las coberturas, menor visibilidad en plataformas digitales y la pérdida de oportunidades económicas para las organizaciones involucradas. La solución a este desafío requiere un enfoque holístico que aborde

la capacitación, la innovación y la integración tecnológica para propiciar una evolución positiva en este sector clave de la comunicación contemporánea (Sánchez, 2020).

1.3. Problema de investigación

¿Cómo ha evolucionado el periodismo deportivo en la era digital, considerando las estrategias de cobertura, la participación de la audiencia y los modelos de negocio, y cuáles son las oportunidades clave para mejorar, optimizar y adaptarse a los cambios tecnológicos en este ámbito?

1.4. Justificación

La investigación sobre la evolución del periodismo deportivo en la era digital, con un enfoque en las estrategias de cobertura, participación de la audiencia y nuevos modelos de negocio, se justifica por varios motivos que abordan su factibilidad, importancia para la academia, beneficiarios y el impacto potencial.

Desde el punto de vista de la factibilidad, el periodismo deportivo se ha transformado significativamente con la digitalización, ofreciendo numerosas fuentes de datos, contenido multimedia y plataformas interactivas. La disponibilidad de información digitalizada facilita la recolección y el análisis de datos, permitiendo una investigación exhaustiva sobre cómo estas transformaciones afectan al periodismo deportivo (Ricardo, 2022).

La importancia para la academia radica en la necesidad de comprender y documentar las dinámicas cambiantes en la comunicación deportiva, un campo que ha experimentado una rápida evolución con la tecnología. Este estudio contribuirá a la base de conocimientos académicos al explorar nuevas formas de narrativa, interacción con la audiencia y modelos de negocio en un entorno digital en constante cambio.

Los principales beneficiarios de esta investigación son periodistas deportivos, profesionales de los medios de comunicación, académicos y estudiantes. Esta investigación les proporcionará información valiosa que les ayudará en su trabajo diario. Los periodistas deportivos podrán adaptarse y mejorar su práctica en el contexto digital gracias a los conocimientos adquiridos. Los profesionales de los medios de comunicación podrán utilizar los hallazgos de esta investigación para desarrollar estrategias más efectivas en su trabajo. Por otro lado, los académicos y estudiantes se beneficiarán al tener acceso a un recurso actualizado y relevante para sus estudios, lo que les permitirá profundizar en su conocimiento sobre el tema.

En términos de impacto, esta investigación podría catalizar innovaciones en el periodismo deportivo digital al identificar oportunidades de mejora y proporcionar una comprensión más profunda de las dinámicas actuales. Además, el conocimiento generado podría tener implicaciones prácticas, contribuyendo al desarrollo de políticas y estrategias que fomenten la sostenibilidad económica y la calidad informativa en este campo específico de la comunicación digital. En última instancia, este estudio aspira a impactar positivamente en la forma en que se produce y consume el periodismo en el ámbito deportivo en torno a la era digital (Wiske y Horkey, 2021).

1.5. Objetivo de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Analizar la evolución del periodismo deportivo en la era digital de las estrategias de cobertura, la participación de la audiencia y los nuevos modelos de negocio, en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos específicos

- Establecer un diagnóstico de las actuales prácticas de periodismo deportivo en la era digital.
- Realizar una revisión de la literatura académica y las tendencias actuales en periodismo deportivo digital.
- Identificar la viabilidad y efectividad de nuevos modelos de negocio, proponiendo estrategias innovadoras que puedan adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital.

1.6 Hipótesis de la investigación

La propuesta de estrategias innovadoras que puedan adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital potenciará la participación de la audiencia y fortalecerá los nuevos modelos de negocio

CAPÍTULO 2.- MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Summerley (2020) en su estudio parte de la definición de deporte como "juego institucionalizado", en el que entran tanto los "deportes tradicionales" como los "deportes electrónicos". Adopta un enfoque analítico comparativo que examina la documentación histórica y la producción cultural de estas dos grandes categorías de deportes y su temprana institucionalización. Dado el creciente interés, compromiso y número de espectadores de los deportes electrónicos, merece la pena considerar las principales similitudes y diferencias entre las distintas instituciones. Este artículo examina las instituciones deportivas tradicionales desde mediados del siglo XIX hasta finales del XIX junto con las instituciones de los deportes electrónicos surgidas desde mediados de la década de 1990 hasta la actualidad. En primer lugar, se analizan los procesos de institucionalización teniendo en cuenta estos ejemplos y, en segundo lugar, se comparan para extraer las diferencias y similitudes significativas entre los factores que afectan a la institucionalización temprana.

Se logra observar cómo el concepto de deporte ha evolucionado para abarcar los deportes electrónicos, los cuales han ganado rápida prominencia en las últimas décadas. La comparación entre los procesos de institucionalización de los deportes tradicionales y electrónicos arroja luz sobre la evolución del deporte como fenómeno cultural. Mientras que los deportes tradicionales tienen una historia más extensa de institucionalización, los deportes electrónicos se han adaptado velozmente a la era digital, atrayendo a una amplia y comprometida audiencia.

El estudio de Rentería (2020) expone que la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo de Guayaquil se ve afectada por diversos desafíos asociados a la informática. El conocimiento limitado de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) por parte de

los periodistas profesionales, junto con procesos lentos de comunicación, contribuyen a esta problemática. El ensayo tiene como objetivo analizar las repercusiones de las redes sociales en el periodismo deportivo, destacando el crecimiento informativo dirigido a los usuarios en línea. La metodología empleada es descriptiva, de campo, exploratoria y explicativa, con un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo. Se incorporan estadísticas de organismos nacionales e internacionales para desarrollar un conjunto de reglas destinadas a los profesionales del periodismo. Estas reglas buscan fomentar la integración de las TIC en su trabajo, permitiendo una visión más amplia de la comunicación a través de medios digitales, con beneficios potenciales como ahorro de recursos, eficiencia temporal y una mayor expansión comunicativa.

Este estudio ofrece una valiosa contribución al campo del periodismo deportivo al identificar los desafíos actuales y proponer soluciones prácticas que podrían mejorar la calidad y eficacia de la producción informativa en el contexto digital actual.

Buitrago (2022) lleva a cabo una investigación cuyo propósito principal es analizar las transformaciones que los periodistas deportivos de Colombia están enfrentando en la manera en que cubren y transmiten eventos deportivos de gran magnitud. Mediante un enfoque cualitativo que incluye investigación documental, entrevistas y análisis triangulado, los hallazgos revelan que la producción de contenido audiovisual y el compromiso con la audiencia son aspectos significativos, resaltando la influencia crucial del streaming. A pesar de esto, la investigación concluye que llevar a cabo coberturas en el lugar de los eventos mejora la calidad informativa, a pesar de que los grandes medios están apostando de manera masiva por enfoques opuestos.

Este resultado plantea interrogantes sobre la verdadera eficacia y profundidad de la cobertura deportiva realizada a distancia en comparación con la inmersión directa en el escenario del evento. Además, sugiere que, a pesar del avance tecnológico, la experiencia y la perspectiva

obtenidas al estar físicamente presentes en el lugar de los acontecimientos siguen siendo insustituibles en el ámbito del periodismo deportivo.

A su vez en el artículo de investigación de Barrera y Ochoa (2023), se aborda la transformación del periodismo deportivo en la ciudad de Cuenca, específicamente su evolución hacia la digitalización, en respuesta a la Pandemia Covid-19. Su objetivo principal es examinar cómo los periodistas deportivos de la capital azuaya se adaptaron a las nuevas herramientas tecnológicas durante este período. También lleva a cabo una minuciosa evaluación de la situación actual del periodismo deportivo en la ciudad de Cuenca en plataformas digitales y redes sociales. La metodología empleada en este estudio es cualitativa, con el objetivo de investigar cómo los periodistas deportivos utilizaron las herramientas digitales durante la pandemia. Se utiliza un enfoque descriptivo para seleccionar conceptos y narrar las experiencias vividas, mientras que la revisión bibliográfica proporciona una comprensión más profunda basada en la perspectiva de expertos en el tema. El análisis se complementa con la observación del uso de la digitalización en los medios de comunicación de Cuenca. La recopilación de datos se realizó a través de entrevistas semiestructuradas que involucraron a periodistas deportivos y expertos en comunicación digital.

Este estudio no solo ilustra la capacidad de adaptación del periodismo deportivo ante desafíos como la pandemia, sino también destaca la importancia de la digitalización en la práctica periodística contemporánea, especialmente en contextos locales como el de Cuenca.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Estrategias de Cobertura en el Periodismo Deportivo Digital

Las estrategias de cobertura que se han implementado en el periodismo deportivo actual se han ido innovando a pasar del tiempo, tenemos a las redes sociales, que toman un papel protagónico en esto de la digitalización, ya que se adapta a las demandas del público que consume este contenido.

Una de las redes sociales que lleva la delantera es “X”, en esta plataforma los periodistas brindan información instantánea, también logran que los seguidores puedan tener un espacio en donde puedan comentar e interactuar en tiempo real mientras se desarrolla el evento deportivo, con esto se logra una participación activa tanto de la audiencia como de los profesionales de los medios. (Zambrano, 2022).

La táctica de cubrimiento en el ámbito deportivo ha experimentado un desarrollo importante en cuanto a medios de comunicación y participación inmersiva. Los profesionales de la comunicación han ajustado el relato digital al incorporar grabaciones visuales, programas de audio y tecnología de realidad aumentada, proporcionando de esta manera los espectadores una vivencia más abarcadora y cautivadora.

Los videos ofrecen momentos destacados, entrevistas exclusivas y análisis detallados, mientras que los podcasts permiten explorar temas más a fondo. Por su parte, la realidad virtual ha llevado la cobertura deportiva a un nivel superior al permitir que los espectadores se sumerjan virtualmente en los eventos, ofreciendo una experiencia que va más allá de la simple observación. Estas estrategias no solo satisfacen la demanda de contenido variado, sino que también aprovechan la tecnología para cumplir con las expectativas de una audiencia digital cada vez más diversa (Londoño, 2022).

Otro aspecto clave en la evolución de las estrategias de cobertura es el análisis estadístico y el uso de big data en el periodismo deportivo digital. Los periodistas no solo informan sobre eventos, sino que también aprovechan datos avanzados para ofrecer un análisis más profundo y contextualizado. El uso inteligente de estadísticas y análisis de datos no solo proporciona una comprensión más rica del rendimiento deportivo, sino que también impulsa la participación activa de la audiencia al inspirar debates informados. La audiencia contemporánea valora la profundidad y el análisis, y los periodistas deportivos digitales han respondido a esta demanda integrando en sus coberturas elementos que van más allá de la narración básica, enriqueciendo la experiencia informativa para el espectador (Perreault y Bell, 2022).

En lo que respecta a la participación de la audiencia, las estrategias de cobertura han evolucionado hacia la interactividad y los comentarios en tiempo real. El análisis estadístico basado en grandes volúmenes de datos satisface la creciente necesidad de análisis contextual. La participación pública activa se mejora a través de la interactividad en las redes sociales, promoviendo el diálogo continuo. Estos cambios reflejan la continua evolución del periodismo deportivo digital hacia una cobertura más inmediata, completa y participativa. La inmediatez de las redes sociales, especialmente plataformas como "X", cambia la forma en que se entregan las noticias, fomentando la interacción directa y convirtiendo la cobertura en una experiencia colaborativa. La incorporación de elementos multimedia y tecnologías inmersivas enriquece la narrativa, brindando a la audiencia una experiencia más envolvente. El uso de grandes volúmenes de datos para el análisis estadístico satisface la creciente demanda de análisis contextualizado. La participación activa de la audiencia se potencia a través de la interactividad en las redes sociales, generando un diálogo constante. Estos cambios reflejan la continua evolución del periodismo deportivo digital hacia una cobertura más inmediata, completa y participativa.

2.2.1.1. Transformaciones en la narrativa deportiva digital.

La narrativa deportiva digital ha experimentado transformaciones significativas en la era digital, adaptándose a las demandas cambiantes de la audiencia y aprovechando las nuevas tecnologías disponibles. Estas transformaciones no solo han modificado la forma en que se presenta la información deportiva, sino que también han impactado en la participación de la audiencia y en la manera en que los aficionados interactúan con el contenido deportivo (Wiske y Horky, 2021). A continuación, se exploran algunas de las principales transformaciones en la narrativa deportiva digital:

1. **Inmediatez y Actualización Continua:** En la narrativa deportiva digital, la prioridad es la inmediatez. Los periodistas utilizan las redes sociales y plataformas de noticias en tiempo real para proporcionar actualizaciones instantáneas sobre eventos deportivos, resultados y noticias relacionadas. Esto ha cambiado la naturaleza de cómo se sigue un evento en tiempo real, permitiendo a la audiencia acceder a información casi en tiempo real y participar en la conversación en el momento mismo en que ocurren los acontecimientos (Marcos et al., 2021).
2. **Multimedia enriquecida:** La narrativa deportiva digital se ha enriquecido con una variedad de formatos multimedia, incluyendo videos, imágenes interactivas, gráficos y podcasts. La capacidad de incorporar estos elementos en las historias deportivas no solo mejora la presentación de la información, sino que también brinda a la audiencia una experiencia más inmersiva. Los momentos destacados, entrevistas en video y contenido multimedia adicional complementan la narrativa escrita, ofreciendo una comprensión más completa y atractiva de los eventos deportivos (Betancur y García, 2023).

3. **Interactividad y Participación de la Audiencia:** La participación activa de la audiencia se ha transformado en una parte necesaria de la narrativa deportiva digital. Las redes sociales y las plataformas de comentarios en tiempo real permiten a los fanáticos expresar sus opiniones, emociones y análisis mientras consumen contenido deportivo. Los periodistas no solo informan, sino que también interactúan directamente con la audiencia, fomentando la participación a través de encuestas, preguntas y respuestas, y la integración de comentarios en la narrativa general (Sánchez, 2020).
4. **Análisis Estadístico y Big Data:** La narrativa deportiva digital ha integrado de manera más profunda el análisis estadístico y el uso de big data. Los periodistas utilizan datos avanzados para respaldar sus historias, proporcionando contextos más ricos y análisis más detallados sobre el rendimiento de equipos y jugadores. Esto no solo enriquece la narrativa, sino que también satisface la creciente demanda de análisis profundo por parte de una audiencia cada vez más informada (Montiel et al., 2021).
5. **Personalización y Segmentación:** Las plataformas digitales permiten una mayor personalización de la narrativa deportiva. Los aficionados pueden elegir el contenido que desean consumir, seguir a sus equipos y atletas favoritos, y recibir notificaciones personalizadas. Esta capacidad de adaptar la experiencia según las preferencias individuales mejora la conexión entre los periodistas deportivos digitales y la audiencia, ofreciendo contenido relevante y específico para cada seguidor (Valle y Pinilla, 2023).
6. **Realidad Aumentada y Virtual:** La narrativa deportiva digital ha incorporado tecnologías como la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV). Estas tecnologías permiten a la audiencia vivir experiencias más inmersivas, como visualizar estadísticas en tiempo real durante un partido o incluso experimentar eventos deportivos de manera virtual. Esto lleva

la narrativa deportiva más allá de la pantalla y ofrece nuevas formas de involucrar a los fanáticos (Cabero et al., 2022).

En resumen, la narrativa deportiva digital ha evolucionado para adaptarse al entorno digital, incorporando inmediatez, multimedia enriquecida, interactividad, análisis estadístico, personalización y tecnologías emergentes. Estas transformaciones no solo enriquecen la experiencia del espectador, sino que también redefinen la relación entre periodistas deportivos digitales y su audiencia, estableciendo una narrativa más dinámica, participativa y atractiva en la era digital.

2.2.1.2. Uso de multimedia: impacto de imágenes, videos y gráficos.

En el emocionante mundo del periodismo deportivo digital, el uso de multimedia se ha convertido en un elemento esencial que transforma por completo la forma en que contamos las historias. Ahora, podemos ofrecer a nuestra audiencia una experiencia mucho más enriquecedora y cautivadora. Las imágenes, los videos y los gráficos han revolucionado la presentación de la información deportiva, brindando una dimensión visual que va más allá de las limitaciones del texto escrito. Las imágenes nos permiten capturar momentos clave, expresiones emocionales y la atmósfera única de los eventos deportivos, transmitiendo la intensidad y la emoción de una manera que las palabras solas no pueden lograr (García y González, 2021).

Los videos, por su parte, han revolucionado la forma en que se cuentan las historias deportivas. Desde entrevistas exclusivas hasta momentos destacados, los videos permiten a la audiencia sumergirse en la acción de una manera que va más allá de la estática de las imágenes. Los informes visuales ofrecen una conexión más directa con los eventos, proporcionando una experiencia cercana a estar presente en el lugar. Además, la capacidad de compartir videos en tiempo real a través de plataformas digitales ha amplificado la entrega de noticias, acortando la

brecha entre los periodistas y la audiencia, y permitiendo una participación instantánea en los eventos deportivos (García et al., 2020).

Los gráficos y elementos visuales también desempeñan un papel fundamental en la narrativa deportiva digital. La representación visual de estadísticas y datos complejos a través de gráficos claros y atractivos facilita la comprensión para la audiencia. El impacto de un buen gráfico puede ser significativo, proporcionando una visión más profunda y accesible del rendimiento deportivo. Además, los gráficos interactivos permiten a la audiencia explorar datos específicos según sus intereses, personalizando la experiencia y fomentando un mayor compromiso con la información presentada (Martín y Pedrero, 2021).

Por lo tanto, se comprende que, en el periodismo deportivo digital, la incorporación de multimedia, como imágenes, videos y gráficos, redefine la narrativa, ofreciendo a la audiencia experiencias más inmersivas. Las imágenes capturan momentos y emociones, transmitiendo la intensidad de los eventos. Los videos revolucionan la narración al permitir una participación instantánea y cercana a través de plataformas digitales. Además, los gráficos facilitan la comprensión de datos complejos y permiten una experiencia personalizada, aumentando el compromiso de la audiencia. En conjunto, el uso estratégico de multimedia enriquece la presentación de noticias deportivas, estableciendo una conexión más directa y participativa con la audiencia.

2.2.1.3. Integración de tecnologías emergentes en la cobertura deportiva.

La integración de tecnologías emergentes ha impulsado una revolución en la cobertura deportiva, transformando la forma en que los eventos deportivos son presentados y experimentados por la audiencia. La adopción de tecnologías como la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) ha permitido una inmersión sin precedentes, llevando a los espectadores más allá de la

pantalla tradicional. La realidad aumentada ofrece la superposición de información adicional en tiempo real durante la transmisión, permitiendo a la audiencia acceder a estadísticas, análisis y gráficos interactivos mientras disfrutan del evento en vivo. Por otro lado, la realidad virtual transporta a los espectadores a entornos virtuales, brindándoles la experiencia de estar físicamente presentes en el estadio o en el lugar del evento (Sanz, 2020).

Asimismo, la inteligencia artificial (IA) ha desempeñado un papel fundamental en la mejora de la cobertura deportiva, desde la generación automática de informes hasta el análisis de datos avanzado. Los algoritmos de aprendizaje automático pueden anticipar tendencias, ofrecer pronósticos y personalizar la entrega de contenido, adaptándose a las preferencias individuales de la audiencia. Esto no solo agiliza el proceso de creación de contenido, sino que también enriquece la calidad y relevancia de la información ofrecida a los espectadores (Muñoz y Salido, 2022).

La implementación de tecnologías emergentes no se limita solo a la producción de contenido, sino que también ha influido en la participación de la audiencia. Las aplicaciones interactivas y la transmisión en vivo en 360 grados permiten a los espectadores tener un control más activo sobre su experiencia, eligiendo ángulos de visión y participando en encuestas o chats en tiempo real. La interacción generada por estas tecnologías no solo mejora la participación de la audiencia, sino que también crea una experiencia más inmersiva y personalizada para los seguidores, que buscan estar más conectados con los eventos deportivos (Blanco y Tirado, 2020).

Es decir, la integración de tecnologías emergentes ha transformado la cobertura deportiva, brindando a la audiencia experiencias inmersivas sin precedentes. La realidad aumentada y virtual ofrecen información adicional en tiempo real y transportan a los espectadores a entornos virtuales. La inteligencia artificial mejora la creación de contenido y personaliza la entrega, anticipando tendencias y enriqueciendo la calidad de la información. Estas tecnologías no solo agilizan la

producción de contenido, sino que también influyen en la participación de la audiencia. Aplicaciones interactivas y transmisiones en vivo permiten a los espectadores controlar su experiencia, mejorando la conexión con los eventos deportivos.

2.2.2. Participación Activa de la Audiencia en el Periodismo Deportivo Digital

La participación activa de la audiencia ha evolucionado como un componente fundamental en el ámbito del periodismo deportivo digital, transformando la naturaleza misma de cómo se consume y participa en la información deportiva. En este contexto, las redes sociales han emergido como plataformas clave para la interacción directa entre periodistas deportivos y seguidores (Londoño, 2022).

La audiencia no solo consume pasivamente el contenido, sino que también contribuye activamente a la conversación a través de comentarios, compartiendo opiniones y emociones en tiempo real durante los eventos deportivos. Esta interactividad proporciona una conexión más estrecha entre los periodistas y la audiencia, creando un diálogo continuo que trasciende los límites tradicionales de la comunicación unidireccional (Márquez M. , 2021).

La transmisión en vivo y la participación en tiempo real durante eventos deportivos son ejemplos destacados de cómo la audiencia se ha transformado en una parte importante de la narrativa deportiva digital. Las plataformas de streaming permiten a los periodistas interactuar directamente con los espectadores, responder preguntas, comentar sobre los acontecimientos y proporcionar análisis en tiempo real. Esta participación activa no solo mejora la experiencia del espectador, sino que también amplía la cobertura más allá de los límites de los informes tradicionales, involucrando a la audiencia en un nivel más profundo y personal (Rojas, 2021).

La generación de contenido colaborativo es otra faceta crucial de la participación activa de la audiencia en el periodismo deportivo digital. Los periodistas deportivos utilizan encuestas,

preguntas y respuestas, y la solicitud de opiniones de la audiencia para influir en la dirección de su cobertura. La audiencia se convierte así en co-creadora de contenido, contribuyendo con perspectivas únicas y generando un sentido de comunidad en torno a la información deportiva. Proyectos participativos, como la creación de listas de reproducción colaborativas o la votación sobre temas específicos, demuestran cómo la audiencia puede tener un papel activo en la configuración del contenido y la narrativa (Canavilhas y Giacomelli, 2023).

La integración de aplicaciones interactivas y la gamificación también han impulsado la participación activa de la audiencia. Las plataformas que permiten a los espectadores votar, predecir resultados o participar en competiciones en línea transforman la experiencia de consumo de contenido deportivo en una experiencia más participativa y lúdica. Este enfoque no solo atrae a una audiencia más amplia, sino que también motiva a los seguidores a comprometerse de manera continua con el contenido y la marca (Paz, 2023).

De tal forma que la participación activa de la audiencia ha transformado el periodismo deportivo digital, destacando las redes sociales como plataformas esenciales para la interacción directa entre periodistas y seguidores. La audiencia contribuye activamente durante eventos deportivos, estableciendo una conexión más estrecha con los periodistas. La transmisión en vivo y la participación en tiempo real amplían la cobertura y mejoran la experiencia del espectador. La generación de contenido colaborativo convierte a la audiencia en co-creadora de información, construyendo una comunidad en torno al deporte. La integración de aplicaciones interactivas y la gamificación elevan la participación, ofreciendo experiencias más lúdicas y motivadoras.

2.2.2.1. Rol de las redes sociales en la interacción con la audiencia.

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la interacción entre los medios deportivos digitales y su audiencia, transformando la forma en que la información deportiva se

presenta, se consume y se discute. Estas plataformas no solo sirven como canales de distribución de contenido, sino que también actúan como espacios dinámicos para la participación activa de la audiencia. A continuación, se exploran diferentes aspectos del rol de las redes sociales en la interacción con la audiencia en el contexto del periodismo deportivo digital (Gil et al., 2022).

1. **Difusión de Contenido en Tiempo Real:** Las redes sociales, como “X”, Facebook e Instagram, permiten a los periodistas deportivos compartir información en tiempo real. Desde actualizaciones de eventos deportivos hasta noticias de último momento, estas plataformas sirven como canales directos para llegar a la audiencia de manera instantánea. La capacidad de difundir contenido de manera inmediata facilita que los seguidores se mantengan al día con los últimos acontecimientos y participen activamente en la conversación (Carmen y Escalera, 2022).
2. **Participación Activa y Comentarios:** Las funciones de comentarios en las redes sociales ofrecen a la audiencia la oportunidad de expresar sus opiniones, emociones y análisis. Los seguidores pueden interactuar directamente con los periodistas, compartir sus perspectivas y participar en debates en tiempo real. Este tipo de participación activa crea una dinámica bidireccional, donde los periodistas no solo transmiten información, sino que también reciben retroalimentación inmediata de la audiencia (Rentería, 2020)
3. **Contenido Multimedia y Experiencia Visual:** Las redes sociales son plataformas ideales para la distribución de contenido multimedia, como imágenes, videos y gráficos. Los periodistas pueden utilizar estas herramientas para enriquecer la narrativa deportiva, proporcionando a la audiencia una experiencia visual más completa. La capacidad de compartir momentos destacados, entrevistas en video y análisis visual contribuye a una interacción más atractiva y envolvente (Cabero et al., 2022).

4. **Promoción de Encuestas y Concursos:** Las redes sociales ofrecen la posibilidad de realizar encuestas, preguntas y concursos, lo que aumenta la participación de la audiencia. Estas interacciones lúdicas no solo fomentan la participación, sino que también crean un sentido de comunidad entre los seguidores. La promoción de encuestas y concursos también puede influir en la dirección de la cobertura periodística, permitiendo a la audiencia tener un impacto directo en el contenido (Betancur y García, 2023).
5. **Interacción en Tiempo Real Durante Transmisiones en Vivo:** Plataformas como Facebook Live, Instagram Live y YouTube permiten a los periodistas deportivos transmitir eventos en vivo e interactuar directamente con la audiencia. Los comentarios en tiempo real durante las transmisiones en vivo facilitan la comunicación instantánea y proporcionan a los espectadores la sensación de estar conectados directamente con los periodistas, creando una experiencia más personalizada y participativa (Zambrano, 2022).
6. **Fomento de Comunidades y Lealtad:** Las redes sociales también sirven para construir comunidades en torno a temas deportivos específicos o equipos. La creación de grupos o páginas dedicadas permite a los seguidores compartir su pasión, discutir eventos deportivos y formar conexiones con otros aficionados. Esto contribuye a la construcción de la lealtad de la audiencia y a la formación de una base sólida de seguidores comprometidos (Sánchez, 2020).

El rol de las redes sociales en la interacción con la audiencia en el periodismo deportivo digital es multifacético. Desde la difusión de información en tiempo real hasta la participación activa, estas plataformas han redefinido la relación entre los periodistas y la audiencia, convirtiéndose en herramientas esenciales para construir comunidades, fomentar la participación y ofrecer una experiencia más completa y dinámica en el mundo del deporte.

2.2.2.2. Comentarios, reacciones y participación del público en tiempo real.

La interacción del público en tiempo real a través de comentarios y reacciones ha emergido como un aspecto fundamental en el ámbito del periodismo deportivo digital, transformando la experiencia de la audiencia y creando un diálogo interactivo durante eventos deportivos y la cobertura relacionada. La capacidad de los espectadores para expresar sus opiniones de manera inmediata y participar activamente en la narrativa deportiva ha redefinido la dinámica entre los medios deportivos digitales y su audiencia (Caro et al., 2021).

La participación del público en tiempo real se extiende más allá de los comentarios y las reacciones, abarcando también encuestas, preguntas y respuestas, y la interacción directa con los periodistas durante transmisiones en vivo. Las plataformas de streaming y redes sociales ofrecen a los espectadores la posibilidad de enviar preguntas que los periodistas pueden abordar en el acto, creando una conexión directa entre los comunicadores y su audiencia. Esto no solo aumenta la participación, sino que también personaliza la experiencia para los seguidores, haciéndolos sentir parte activa de la cobertura (Abuín y Máiz, 2022).

Por lo que se entiende que, en el contexto de eventos deportivos en vivo, la participación del público en tiempo real ha demostrado ser especialmente poderosa. Desde comentarios emocionados durante momentos destacados hasta debates tácticos en medio de los partidos, la audiencia contribuye a una atmósfera interactiva que va más allá de la simple observación pasiva. La naturaleza instantánea de la participación en tiempo real agrega un elemento de urgencia y autenticidad, capturando la emoción del momento de una manera única.

2.2.3. Nuevos Modelos de Negocio en el Periodismo Deportivo Digital

La evolución del periodismo deportivo digital ha dado lugar a la aparición de nuevos modelos de negocio que buscan adaptarse a las demandas cambiantes de la audiencia y aprovechar

las oportunidades ofrecidas por el entorno digital. Estos modelos van más allá de las fuentes tradicionales de ingresos y exploran diversas estrategias para garantizar la sostenibilidad económica en un paisaje mediático en constante transformación (Luque, 2021).

Uno de los modelos de negocio más prominentes en el periodismo deportivo digital es el acceso por suscripción. Plataformas que ofrecen contenido premium, análisis profundo, experiencias exclusivas y acceso sin publicidad han ganado popularidad. Estos servicios de suscripción no solo proporcionan a los usuarios contenido de alta calidad, sino que también generan ingresos recurrentes, disminuyendo la dependencia de la publicidad tradicional y permitiendo una mayor personalización para los suscriptores (Ricardo, 2022).

Además, la publicidad nativa y patrocinios han emergido como fuentes clave de ingresos en el periodismo deportivo digital. La integración de anuncios de manera natural en el contenido, ya sea a través de videos patrocinados, artículos patrocinados o integración de marcas en transmisiones en vivo, ofrece a los anunciantes la oportunidad de llegar a la audiencia de manera más efectiva, al tiempo que proporciona a los medios digitales una fuente adicional de ingresos (García et al., 2020).

Otro modelo de negocio innovador es el crowdfunding o financiamiento colectivo, donde la audiencia contribuye financieramente para respaldar proyectos específicos o el desarrollo continuo de ciertos contenidos. Plataformas de crowdfunding permiten a los seguidores convertirse en mecenas y respaldar directamente a los periodistas deportivos o medios que aprecian, creando una conexión más estrecha entre los creadores de contenido y su audiencia (Ramos, 2020).

La diversificación de los ingresos también incluye la venta de mercancía y la organización de eventos. Muchos medios deportivos digitales han lanzado tiendas en línea que ofrecen desde camisetas hasta productos exclusivos relacionados con sus marcas. Además, la organización de

eventos en vivo, ya sea transmisiones en directo, charlas, o experiencias interactivas, no solo genera ingresos directos, sino que también fortalece la relación con la audiencia (Finol y Vera, 2020).

Con lo expuesto anteriormente, se puede comprender que la evolución del periodismo deportivo digital ha dado lugar a modelos de negocio innovadores para adaptarse a las cambiantes demandas y oportunidades digitales. Destacan modelos como el acceso por suscripción, publicidad nativa, crowdfunding, venta de mercancía y organización de eventos en vivo. Estos enfoques no solo diversifican los ingresos, sino que también fortalecen las conexiones con la audiencia, demostrando la adaptabilidad del sector para garantizar la sostenibilidad económica en el entorno digital en constante cambio.

2.2.3.1. Monetización de contenidos deportivos en línea.

La evolución del periodismo deportivo digital ha dado lugar a la aparición de nuevos modelos de negocio que buscan adaptarse a las demandas cambiantes de la audiencia y aprovechar las oportunidades ofrecidas por el entorno digital. Estos modelos van más allá de las fuentes tradicionales de ingresos y exploran diversas estrategias para garantizar la sostenibilidad económica en un paisaje mediático en constante transformación (Ricardo, 2022).

Uno de los modelos de negocio más prominentes en el periodismo deportivo digital es el acceso por suscripción. Plataformas que ofrecen contenido premium, análisis profundo, experiencias exclusivas y acceso sin publicidad han ganado popularidad. Estos servicios de suscripción no solo proporcionan a los usuarios contenido de alta calidad, sino que también generan ingresos recurrentes, disminuyendo la dependencia de la publicidad tradicional y permitiendo una mayor personalización para los suscriptores (Caro et al., 2021).

Además, la publicidad nativa y patrocinios han emergido como fuentes clave de ingresos en el periodismo deportivo digital. La integración de anuncios de manera natural en el contenido, ya sea a través de videos patrocinados, artículos patrocinados o integración de marcas en transmisiones en vivo, ofrece a los anunciantes la oportunidad de llegar a la audiencia de manera más efectiva, al tiempo que proporciona a los medios digitales una fuente adicional de ingresos (Rojas, 2021).

Otro modelo de negocio innovador es el crowdfunding o financiamiento colectivo, donde la audiencia contribuye financieramente para respaldar proyectos específicos o el desarrollo continuo de ciertos contenidos. Plataformas de crowdfunding permiten a los seguidores convertirse en mecenas y respaldar directamente a los periodistas deportivos o medios que aprecian, creando una conexión más estrecha entre los creadores de contenido y su audiencia (Carmen y Escalera, 2022).

La diversificación de los ingresos también incluye la venta de mercancía y la organización de eventos. Muchos medios deportivos digitales han lanzado tiendas en línea que ofrecen desde camisetas hasta productos exclusivos relacionados con sus marcas. Además, la organización de eventos en vivo, ya sea transmisiones en directo, charlas, o experiencias interactivas, no solo genera ingresos directos, sino que también fortalece la relación con la audiencia (Sanz, 2020).

La inteligencia artificial y la monetización de datos también están ganando relevancia en el periodismo deportivo digital. La recopilación y análisis de datos sobre el comportamiento de la audiencia permiten una personalización más precisa de la publicidad y contenidos, generando ingresos a través de estrategias basadas en la comprensión profunda del público objetivo (Canavilhas y Giacomelli, 2023).

De tal forma que, la evolución del periodismo deportivo digital ha impulsado la innovación en modelos de negocio para adaptarse a las cambiantes demandas y oportunidades digitales. El acceso por suscripción destaca como un modelo prominente, ofreciendo contenido premium y generando ingresos recurrentes. La publicidad nativa y patrocinios se han convertido en fuentes clave al integrar anuncios de manera natural en el contenido, ofreciendo eficacia a los anunciantes e ingresos adicionales a los medios digitales. El crowdfunding permite a la audiencia respaldar financieramente proyectos específicos, fortaleciendo la conexión entre creadores y audiencia. La diversificación de ingresos incluye la venta de mercancía y eventos en vivo, ampliando las fuentes de ingresos y fortaleciendo las relaciones con la audiencia.

2.2.3.2. Patrocinios y alianzas estratégicas en la era digital.

En la era digital, los patrocinios y las alianzas estratégicas se han convertido en elementos esenciales para el éxito y la sostenibilidad en el ámbito del periodismo deportivo. Estas colaboraciones no solo permiten la generación de ingresos adicionales, sino que también ofrecen oportunidades para ampliar la audiencia, fortalecer la marca y proporcionar contenido diversificado (Sánchez, 2020). A continuación, se exploran los aspectos clave de los patrocinios y alianzas estratégicas en la era digital del periodismo deportivo:

1. **Patrocinios y Contenido Integrado:** Los patrocinios en la era digital van más allá de los simples anuncios y banners. Las marcas buscan asociarse con medios deportivos para integrar sus productos o mensajes de manera orgánica en el contenido. Ya sea a través de videos patrocinados, menciones en transmisiones en vivo o contenido editorial específicamente creado en colaboración con la marca, esta estrategia permite a los patrocinadores llegar a la audiencia de manera auténtica y contextual (Cabero et al., 2022).

2. **Alianzas con Plataformas Digitales:** Las alianzas estratégicas con plataformas digitales, como redes sociales, servicios de streaming o aplicaciones móviles, son fundamentales en la era digital. Colaboraciones con estas plataformas pueden ampliar significativamente la visibilidad y el alcance del contenido deportivo. Además, la integración de herramientas interactivas y funciones específicas de las plataformas puede mejorar la participación del público y brindar una experiencia más enriquecedora (Valle y Pinilla, 2023).
3. **Eventos y Cobertura Especializada:** La realización de eventos especiales en colaboración con patrocinadores y aliados estratégicos puede ser una fuente valiosa de ingresos. Desde transmisiones en vivo de eventos deportivos hasta coberturas temáticas, estas asociaciones ofrecen oportunidades para la co-creación de contenido que atraiga a la audiencia y resalte los valores compartidos entre el medio deportivo y los patrocinadores (Blanco y Tirado, 2020).
4. **Colaboraciones con Influencers y Personalidades del Deporte:** La asociación con influencers y personalidades destacadas en el mundo del deporte puede ser una estrategia efectiva. Los medios deportivos pueden colaborar con atletas, comentaristas o expertos reconocidos para crear contenido exclusivo, entrevistas o series especiales. Estas colaboraciones no solo generan interés, sino que también aprovechan la credibilidad y el seguimiento de estas figuras en las redes sociales (Wiske y Horkey, 2021).
5. **Monetización de Contenidos Especiales:** La creación de contenido exclusivo y premium, respaldado por patrocinadores, ofrece una vía para la monetización adicional. Accesos especiales, coberturas detrás de cámaras o programas exclusivos pueden ser ofrecidos como parte de suscripciones premium, generando ingresos directos y fortaleciendo la relación con la audiencia (Betancur y García, 2023).

6. **Datos y Personalización:** Las alianzas estratégicas pueden aprovechar la recopilación y el análisis de datos para personalizar la experiencia del usuario. Colaborar con empresas especializadas en análisis de datos puede proporcionar información valiosa sobre la audiencia, permitiendo campañas publicitarias más efectivas y la creación de contenido altamente personalizado (Zambrano, 2022).
7. **Alianzas Globales y Cobertura Internacional:** Las alianzas estratégicas también pueden abordar la expansión global. Colaboraciones con medios internacionales, equipos o ligas deportivas pueden ofrecer oportunidades para la cobertura de eventos a nivel mundial, atrayendo a una audiencia más amplia y diversa (Abuín y Máiz, 2022).

Se entiende por lo tanto que los patrocinios y alianzas estratégicas en la era digital se revelan como elementos cruciales para garantizar la viabilidad y el crecimiento sostenible en el periodismo deportivo. Estas colaboraciones no solo introducen una variedad de fuentes de ingresos, sino que también desempeñan un papel fundamental en la expansión de la oferta de contenido, consolidan la presencia de la marca y generan oportunidades para una participación más profunda y significativa con la audiencia. Además de los beneficios económicos, las alianzas estratégicas permiten a los medios deportivos digitalizados acceder a recursos adicionales, como tecnología avanzada, conocimientos especializados y una red más extensa, lo que contribuye a mantenerse a la vanguardia en un entorno mediático en constante cambio.

CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y diseño de investigación.

3.1.1. Diseño no experimental

El diseño no experimental se seleccionó debido a la naturaleza exploratoria de la investigación. Este diseño permite analizar fenómenos y procesos tal como se presentan en su entorno natural, sin intervenciones manipulativas. Dado que el objetivo es comprender la evolución del periodismo deportivo en la era digital y sus componentes (estrategias de cobertura, participación de la audiencia y modelos de negocio), facilita la observación y el análisis de las prácticas existentes sin intervenir directamente en ellas (Reidl, 2012).

3.1.2. Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo se justifica por la necesidad de obtener una comprensión profunda y detallada de los fenómenos estudiados. La investigación se centra en aspectos subjetivos, experiencias, percepciones y contextos que no pueden ser fácilmente cuantificados. Entrevistas con profesionales del periodismo deportivo y análisis de contenido de plataformas digitales permitirán explorar las percepciones individuales y las prácticas en un nivel más profundo, capturando la complejidad de la evolución en este campo (Padilla et al., 2021)

3.1.3. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica se incorpora para realizar una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre periodismo deportivo, comunicación digital, participación de la audiencia y modelos de negocio emergentes. Este enfoque es crucial para situar el estudio en el contexto académico actual, comprender las teorías existentes e identificar las brechas en la investigación. La revisión bibliográfica proporcionará una base sólida para analizar los datos de la investigación empírica y contextualizar las conclusiones (Arias y Covinos, 2021).

3.2. Operacionalización de variables.

La Evolución del Periodismo Deportivo en la Era Digital: Análisis de las Estrategias de Cobertura, Participación de la Audiencia y Nuevos Modelos de Negocio

| Variable | Definición operacional | Dimensión | Unidad de análisis | Técnica e instrumento |
|--------------------------|---|-------------------------------|--|---|
| Periodismo Deportivo | El periodismo deportivo se define como una forma de comunicación que inicialmente se concibió con el propósito de cautivar audiencias y aumentar las ganancias de los periódicos (Humanes, 2023). | Intervencionista | Periodistas deportivos de la ciudad de | Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista semiestructurada (anexo 2) |
| | | Vigilante | | |
| | | Lear facilitador | | |
| | | De servicio | | |
| | | De info-entrenamiento | | |
| | | Cívico | | |
| Era Digital | La "era digital" se refiere al periodo histórico caracterizado por la amplia adopción y prevalencia de tecnologías digitales, particularmente la digitalización de la información y la comunicación (Reyes et al., 2022). | Compromiso profesional | | |
| | | Recursos digitales | | |
| | | Pedagogía digital | | |
| | | Evaluación digital | | |
| Estrategias de Cobertura | Las estrategias de cobertura en el periodismo deportivo digital han experimentado una evolución significativa en respuesta a la dinámica cambiante de los medios y las expectativas de la audiencia (Zambrano, 2022). | Redes sociales | | |
| | | Acceso instantáneo a noticias | | |
| | | Enfoque en tiempo real | | |
| Modelos de Negocio | El concepto de modelo de negocio se refiere a la forma en que una empresa organiza sus operaciones y genera ganancias (Márquez y Peñamarín, 2020). | Modelo de suscripciones | | |
| | | Cesión de tráfico | | |
| | | Publicidad | | |
| | | Vías de financiación | | |

3.3. Población y muestra de investigación.

3.3.1. Población.

La población objetivo de esta investigación está compuesta por 15 periodistas guayaquileños especializados en periodismo deportivo. Estos profesionales trabajan en diversas plataformas mediáticas, incluyendo medios tradicionales y digitales, y tienen experiencia en la cobertura de eventos deportivos a nivel local, nacional e internacional.

3.3.2. Muestra.

La muestra de la investigación consistirá en un grupo de 4 periodistas seleccionados mediante un muestreo intencional. Este método de selección se basa en la elección deliberada de individuos que poseen conocimientos especializados y experiencias relevantes para los objetivos de la investigación. Se buscará diversidad en la muestra, considerando la variabilidad en términos de plataforma mediática, nivel de experiencia y enfoque dentro del periodismo deportivo.

La decisión de optar por una muestra de 4 periodistas se fundamenta en la calidad y profundidad de la información que se busca obtener a través de entrevistas detalladas y exhaustivas. La selección intencional permitirá capturar una gama representativa de perspectivas y enfoques dentro del periodismo deportivo en la era digital, maximizando la relevancia de los datos recopilados para los objetivos de la investigación (Robles, 2019).

3.4. Técnicas e instrumentos de medición.

3.4.1. Técnicas

La técnica principal utilizada para recopilar datos en esta investigación será la entrevista. Las entrevistas proporcionarán un espacio para obtener información detallada y contextualizada sobre las experiencias, percepciones y prácticas de los periodistas deportivos en relación con las dimensiones analizadas (Hernández Sampieri et al., 2014): intervencionista, vigilante, lear

facilitador, de servicio, de info-entrenamiento, cívico, compromiso profesional, recursos digitales, pedagogía digital, evaluación digital, redes sociales, acceso instantáneo a noticias, enfoque en tiempo real, modelo de suscripciones, cesión de tráfico, publicidad y vías de financiación.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento principal para llevar a cabo las entrevistas será una guía de entrevista estructurada. Esta guía se ha diseñado de manera cuidadosa para abordar cada dimensión de interés y proporcionar una estructura coherente para la recopilación de datos. La guía contendrá preguntas abiertas que permitirán a los periodistas expresar sus opiniones, experiencias y reflexiones de manera detallada, facilitando así la obtención de datos ricos y contextualmente relevantes.

La guía de entrevista se adaptará a cada dimensión específica de la investigación, explorando a fondo temas relacionados con el periodismo deportivo en la era digital, las estrategias de cobertura y los modelos de negocio. Su diseño se enfocará en fomentar la participación activa de los entrevistados y promover discusiones enriquecedoras sobre las prácticas y desafíos actuales en este campo.

3.5. Procesamiento de datos.

Los datos recopilados a través de las entrevistas serán sometidos a un proceso de análisis cualitativo. La información obtenida se codificará y categorizará temáticamente, permitiendo identificar patrones, tendencias y relaciones significativas en las respuestas de los periodistas. Se utilizará un enfoque inductivo para extraer temas emergentes y construir una comprensión completa de las experiencias y perspectivas de los participantes. El software de análisis cualitativo será empleado para facilitar la organización y la interpretación eficiente de los datos.

3.6. Aspectos éticos.

La investigación se llevará a cabo siguiendo rigurosos principios éticos para garantizar el bienestar y la confidencialidad de los participantes. Se solicitará el consentimiento informado de cada periodista antes de la entrevista, explicándoles claramente los objetivos, el alcance y el uso previsto de los datos recopilados. La participación será voluntaria, y se asegurará la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas.

La confidencialidad de los datos será prioritaria, utilizando códigos de identificación en lugar de nombres reales para preservar la privacidad de los participantes. Además, cualquier dato identificable se manejará con precaución y se almacenará de forma segura. Los resultados se presentarán de manera agregada y anónima, evitando la identificación individual.

Se respetará la integridad y la dignidad de los participantes, asegurándose de que la investigación no cause ningún daño ni perjuicio. Cualquier conflicto de intereses será abordado de manera transparente y ética. La investigación se conducirá de acuerdo con las normativas éticas establecidas por las instituciones correspondientes y las pautas éticas de la investigación en ciencias sociales.

CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. Resultados

En este estudio se analizó la evolución del periodismo deportivo en la era digital, teniendo como eje principal tres aspectos importantes: las estrategias de cobertura, la participación de la audiencia y los nuevos modelos de negocios, para esto se seleccionaron 4 periodistas, que aportaron con su conocimiento para tener un análisis más detallado de esta problemática.

Se observó que los periodistas han adaptado sus estrategias de cobertura a esta era digital, y dan uso de las redes sociales como un medio para poder informar a la audiencia de manera instantánea sobre eventos en tiempo real, vemos como (Zambrano, 2022) menciona que la plataforma "X" ha revolucionado la forma en la que transmite información para la audiencia, esto ayuda a tener noticias de forma inmediata, de esta manera la audiencia logra crear un vínculo con el periodista intercambio ideas y análisis sobre el deporte.

En el artículo de Barrera y Ochoa (2023) que abarca la transformación del periodismo deportivo en Cuenca a raíz de la pandemia del COVID 19, al igual que este estudio se utilizó una metodología cualitativa, con el objetivo de comprender como los periodistas se adaptaron a la digitalización. En este trabajo de investigación se pudo observar que se han sabido adaptar a las nuevas tendencias tecnológicas para aprovechar al máximo las plataformas digitales. Esto incluye el uso de herramientas de monitoreo de noticias en tiempo real, la creación de alertas y notificaciones para informar a la audiencia de manera inmediata y la verificación de fuentes para ofrecer información precisa y confiable.

En el análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a periodistas deportivos, se identificaron diversas dimensiones clave que reflejan la evolución del periodismo

deportivo en la era digital. Uno de los aspectos destacados fue la importancia de la intervención activa del periodismo deportivo en cuestiones sociales y políticas, como la igualdad de género en el deporte y el impacto económico de los eventos deportivos. Los participantes resaltaron la influencia significativa que esta dimensión puede tener en la percepción de la audiencia, al mostrar la interconexión entre el deporte y la sociedad.

Asimismo, se observó que el principio de vigilancia es fundamental para garantizar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos. Los periodistas enfatizaron la importancia de verificar la veracidad de la información, mantener una actitud crítica hacia las fuentes y ser transparentes en la presentación de los hechos para preservar la credibilidad del periodismo deportivo.

En cuanto a las estrategias de aprendizaje facilitador, los participantes destacaron la importancia de simplificar conceptos técnicos, proporcionar ejemplos claros y fomentar la interacción con la audiencia para mejorar la comprensión y el conocimiento. Se resaltó la necesidad de hacer que el contenido sea accesible y estimulante para todos los espectadores, promoviendo así una mayor participación.

Además, se discutió el papel del periodismo deportivo como servicio para satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia. Los periodistas consideraron que proporcionar una cobertura exhaustiva, imparcial y variada de eventos deportivos es esencial para cumplir con este rol de servicio y mantener el interés de los seguidores.

4.2. Discusión

Discusión de datos de los periodistas sobre Periodismo Deportivo

Los periodistas entrevistados comparten una perspectiva multifacética sobre el papel del periodismo deportivo en la sociedad contemporánea. La dimensión de intervención se destaca como un elemento fundamental en todas las discusiones. Todos los periodistas reconocen el poder del periodismo deportivo para influir en cuestiones sociales y políticas, al exponer y analizar temas que van más allá de los resultados y desempeños deportivos. Desde la visión de cada periodista, la intervención implica generar conciencia sobre aspectos como la igualdad de género, la equidad, la inclusión y la justicia en el deporte, y al hacerlo, promover un cambio positivo en la sociedad.

El principio de vigilancia también emerge como una preocupación compartida entre los periodistas. Todos coinciden en que es fundamental para garantizar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos. Estar atento a posibles casos de corrupción, abusos o comportamientos poco éticos es una responsabilidad que cada periodista asume para preservar la credibilidad del periodismo deportivo y mantener la confianza del público en su labor periodística.

En cuanto a la facilitación del aprendizaje, los periodistas adoptan estrategias para hacer que la información deportiva sea accesible y comprensible para la audiencia. Simplificar conceptos complejos, proporcionar ejemplos prácticos y fomentar la interacción con la audiencia son métodos empleados para aumentar el conocimiento y el interés en el deporte, fortaleciendo así la conexión entre los periodistas y su audiencia.

El papel de servicio del periodismo deportivo también es resaltado por todos los entrevistados. Consideran que satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia es crucial, ofreciendo una cobertura exhaustiva y variada de eventos deportivos, así como análisis profundos y contenido educativo para mantener a la audiencia informada, comprometida y entretenida.

La dimensión de info-entrenamiento es otra área en la que los periodistas convergen en su enfoque. Todos reconocen la importancia de proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la audiencia, enriqueciendo su comprensión del deporte y sus implicaciones. Al educar a la audiencia sobre aspectos técnicos, tácticos y culturales del deporte, los periodistas buscan promover una mayor apreciación y conocimiento del mismo.

Finalmente, la dimensión cívica del periodismo deportivo también es abordada por todos los entrevistados. Destacan el papel del deporte como agente de cambio social y promotor de valores cívicos, analizando cómo puede influir en la inclusión, la diversidad y el desarrollo comunitario. Al fomentar la participación activa de la audiencia en temas sociales más amplios relacionados con el deporte, los periodistas buscan contribuir a una sociedad más cohesionada y justa. En resumen, estas discusiones ilustran la diversidad de enfoques y la profundidad de consideraciones que los periodistas aplican en su trabajo dentro del ámbito del periodismo deportivo.

Discusión de datos de los periodistas sobre Era Digital

En el ámbito del periodismo deportivo en la era digital, los entrevistados coinciden en destacar la notable evolución del compromiso profesional, marcada por una mayor interacción y proximidad con la audiencia gracias al impacto de las nuevas tecnologías. Esta transformación ha fortalecido la relación entre periodistas y aficionados, exigiendo una adaptación constante para satisfacer las demandas cambiantes y ofrecer contenido más personalizado y relevante. La inmediatez de la información y la capacidad de llegar a audiencias globales han revolucionado la dinámica de compromiso, impulsando a los periodistas a mantenerse actualizados y adaptar sus prácticas a las plataformas y preferencias de los usuarios.

En cuanto a la incorporación de recursos digitales en la práctica periodística deportiva, se observa un consenso entre los entrevistados sobre la diversificación de herramientas utilizadas para mejorar la calidad y relevancia del contenido. Desde el uso de análisis avanzados hasta la producción de contenido multimedia interactivo, cada recurso digital se emplea estratégicamente para ofrecer una experiencia informativa enriquecedora y mantenerse a la vanguardia de la información deportiva. La implementación de herramientas como realidad aumentada, podcasts y aplicaciones móviles amplía la capacidad de proporcionar contenido innovador y atractivo que resuene con la audiencia digital actual.

En lo referente a la pedagogía digital, los periodistas destacan su papel crucial para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible en el entorno digital. Utilizan una variedad de técnicas, como la narración visual, la gamificación y la creación de contenido educativo interactivo, para transmitir conceptos complejos de manera clara y atractiva. Además, fomentan la participación activa de la audiencia a través de diversas formas de interacción en línea, promoviendo un aprendizaje activo y una mayor retención de la información.

En la evaluación del impacto del trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital, se priorizan métricas como la tasa de participación en redes sociales, el tráfico y la retención en el sitio web, así como la retroalimentación directa de la audiencia. Estos indicadores proporcionan una visión completa del compromiso y la satisfacción del usuario, permitiendo ajustar continuamente el enfoque periodístico para satisfacer las necesidades y expectativas de la audiencia digital. En resumen, la era digital ha traído consigo una nueva era de compromiso, innovación y adaptación en el periodismo deportivo, donde la interacción con la audiencia y la calidad del contenido son clave para el éxito en este entorno dinámico y competitivo.

Discusión de datos de los periodistas sobre Estrategias de Cobertura

La integración de las redes sociales en las estrategias de cobertura periodística deportiva es un tema recurrente entre los entrevistados. Todos coinciden en que las redes sociales son herramientas fundamentales para aumentar la interacción y la participación de la audiencia. Desde compartir noticias al instante hasta promover debates y encuestas sobre temas relevantes, las redes sociales proporcionan un espacio vital donde la audiencia puede conectarse directamente con el equipo periodístico y sentirse parte de la conversación en tiempo real. Además, el ofrecimiento de contenido exclusivo, como entrevistas en vivo y análisis instantáneo, contribuye a fortalecer el compromiso y la fidelidad de los seguidores.

En lo que respecta al acceso instantáneo a noticias, los periodistas han adaptado sus prácticas para satisfacer la demanda de información rápida en la era digital. Utilizan herramientas de monitoreo de noticias en tiempo real y colaboran estrechamente con equipos multidisciplinarios para agilizar la producción de contenido. La clave está en anticiparse a los eventos y reaccionar con rapidez, priorizando la verificación de fuentes para ofrecer información precisa y confiable en el momento oportuno. Este enfoque garantiza que los periodistas deportivos se mantengan relevantes y mantengan la confianza de su audiencia en un entorno de información en constante evolución.

El enfoque en tiempo real es otro aspecto crucial en la cobertura de eventos deportivos. Los periodistas buscan crear una experiencia inmersiva para la audiencia, utilizando herramientas de transmisión en vivo y actualizaciones constantes en redes sociales para ofrecer información actualizada al momento. Este enfoque no solo mantiene a la audiencia actualizada durante los acontecimientos, sino que también fomenta su participación activa mediante encuestas en vivo, preguntas interactivas y comentarios en tiempo real. La combinación de estas estrategias crea una experiencia dinámica y participativa que aumenta el compromiso y la satisfacción de la audiencia.

En resumen, la integración de las redes sociales, el acceso instantáneo a noticias y el enfoque en tiempo real son elementos esenciales para el éxito de las estrategias de cobertura periodística deportiva en la era digital.

Discusión de datos de los periodistas sobre Modelos de Negocio

La discusión en torno a los modelos de negocio en el periodismo deportivo revela una diversidad de enfoques estratégicos para generar ingresos sostenibles en la era digital. Los periodistas entrevistados destacan la importancia del modelo de suscripciones como una vía clave para garantizar la estabilidad financiera de los medios. A través de la oferta de contenido exclusivo y la implementación de planes de suscripción flexibles y atractivos, buscan proporcionar un valor real que motive a los usuarios a pagar por acceso premium. Además, la diversificación de los programas de membresía con beneficios adicionales, como descuentos en mercancía deportiva y acceso prioritario a eventos en vivo, ha demostrado ser una estrategia efectiva para construir una comunidad comprometida de seguidores y aumentar los ingresos.

En cuanto a la estrategia de cesión de tráfico, los periodistas reconocen su utilidad para dirigir audiencia hacia sus plataformas digitales y maximizar la visibilidad. A través de colaboraciones estratégicas con otros medios deportivos y sitios web relevantes, así como el uso de técnicas de SEO y publicidad dirigida, buscan ampliar su alcance y captar la atención de una audiencia más amplia y diversa. Sin embargo, mantienen un control cuidadoso sobre la calidad del contenido compartido para preservar la integridad de su marca.

La evolución del enfoque en publicidad refleja una tendencia hacia la personalización y la integración fluida con el contenido. Los periodistas priorizan la creación de campañas publicitarias no intrusivas que complementen la experiencia del usuario, utilizando tecnologías de segmentación avanzada para ofrecer anuncios relevantes y limitando la frecuencia de los anuncios

para mantener una experiencia de usuario óptima. Este enfoque equilibra la rentabilidad con la satisfacción del usuario, asegurando que la plataforma continúe siendo atractiva para los anunciantes sin comprometer la experiencia del usuario.

En cuanto a las vías de financiación más efectivas, se destaca la importancia de la diversificación de fuentes de ingresos. Los modelos de suscripción, la publicidad digital, los patrocinios y los eventos deportivos son considerados como vías clave para garantizar la estabilidad financiera a largo plazo. Los periodistas han ajustado sus enfoques adoptando estrategias integrales que aprovechan estas vías de financiación de manera estratégica, lo que les permite adaptarse de manera efectiva a las cambiantes condiciones del mercado y mantener la viabilidad económica de sus medios en un entorno digital en constante evolución.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones

Se ha observado una amplia diversidad en las prácticas de periodismo deportivo en la era digital, con una notable integración de plataformas digitales para la cobertura de eventos deportivos. La calidad de la cobertura varía, pero en general, se ha observado un esfuerzo por mantener altos estándares periodísticos y adaptarse a las demandas de una audiencia cada vez más digital. La interacción con la audiencia también ha sido un foco importante, con un énfasis en la participación activa y la retroalimentación constante.

La literatura académica y las tendencias actuales en el periodismo deportivo han destacado la importancia de las teorías comunicativas, la influencia de las redes sociales y la participación activa de la audiencia. Se ha observado un cambio significativo hacia modelos de negocio emergentes, como las suscripciones y la publicidad digital, como resultado de la evolución del entorno digital.

Los nuevos modelos de negocio en el periodismo deportivo, como las suscripciones y la publicidad digital, han demostrado ser viables y efectivos en la era digital. Sin embargo, también se ha reconocido la necesidad de estrategias innovadoras que puedan adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital. Esto incluye una mayor personalización del contenido, una mayor interacción con la audiencia y una diversificación de las fuentes de ingresos para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda mejorar la calidad y diversificar la cobertura digital ya que es fundamental que los medios de comunicación deportivos se esfuercen por mantener altos estándares de calidad en su cobertura digital. Esto incluye la verificación de hechos, la precisión en la información y la

presentación de análisis profundos. Además, se recomienda diversificar la cobertura para incluir una amplia gama de deportes y eventos, así como explorar formatos multimedia innovadores para llegar a una audiencia más amplia y diversa.

Se sugiere fortalecer la interacción con la audiencia, debido a que los medios de comunicación deportivos deben priorizar la interacción con la audiencia en todas las plataformas digitales. Esto implica responder activamente a los comentarios y preguntas de los seguidores, promover debates y encuestas sobre temas relevantes y ofrecer contenido exclusivo para suscriptores. Además, se recomienda utilizar las redes sociales como herramienta para involucrar a la audiencia en la creación de contenido y generar un sentido de comunidad en torno al medio.

Se recomienda innovar en los modelos de negocio, es crucial que los medios de comunicación deportivos exploren y adopten nuevos modelos de negocio que se adapten a las demandas cambiantes del entorno digital. Esto puede incluir la implementación de modelos de suscripción con contenido premium, la diversificación de las fuentes de ingresos a través de eventos en vivo y la colaboración con marcas y patrocinadores para crear contenido patrocinado relevante. Además, se recomienda utilizar datos analíticos para comprender mejor el comportamiento y las preferencias de la audiencia, lo que permitirá tomar decisiones más informadas sobre estrategias de monetización y contenido.

REFERENCIAS

- Abuín, J., y Máiz, C. (2022). Los influencers y las relaciones públicas en la industria deportiva: análisis de los deportistas españoles en Instagram. *Redmarka Revista de Marketing Aplicado*, 26(2), 19-33.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/32498/g9192_pdf.pdf?sequence=1
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. In Enfoques Consulting EIRL. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Barrera, N. J., y Ochoa, O. R. (2023). Análisis de la evolución del Periodismo Deportivo Cuencano hacia la digitalización como consecuencia de la pandemia Covid-19. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 7(1), 41-52.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9075844>
- Betancur, V., y García, A. (2023). Aplicación de los principios de la teoría cognitiva del aprendizaje multimedia al diseño de situaciones de aprendizaje y escenarios de formación: Revisión sistemática de literatura. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 24. <https://revistas.usal.es/tres/index.php/eks/article/download/30882/29569>
- Blanco, M., y Tirado, E. (2020). Análisis de la cobertura informativa de la Copa Mundial de Baloncesto Femenino FIBA 2018 en Marca y As. *Comunicación y Género*, 3(2), 161-172. https://www.researchgate.net/profile/Maria-Angeles-Blanco-Ruiz/publication/343400901_Analisis_de_la_cobertura_informativa_de_la_Copa_Mundial_de_Baloncesto_Femenino_FIBA_2018_en_'Marca'_y_'As'/links/6031875092851c4ed5878f43/Analisis-de-la-cobertura-informa

- Buitrago, C. F. (2022). Cobertura de megaeventos deportivos en Colombia:¿ Evolución informativa o fragmentación digital? *Global Media Journal México*, 19(37), 23-40.
<https://doi.org/10.29105/gmjmx19.37-486>
- Cabero, J., Valencia, R., y Llorente, C. (2022). Ecosistema de tecnologías emergentes: realidad aumentada, virtual y mixta. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*(23), 7-22.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8631820>
- Canavilhas, J., y Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1), 53-69.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332023000100053&script=sci_arttext
- Carmen, E., y Escalera, G. (2022). Modelo de impacto de redes sociales en atletas de un evento deportivo mediano. *Revista Iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 11(2), 58-76.
<https://revistas.uma.es/index.php/riccafd/article/download/14150/15261>
- Caro, M., Elasmri, A., Aparicio, P., y Triadó, X. (2021). Relación entre el engagement por uso de redes sociales y la práctica de ejercicio físico en los centros deportivos municipales de Barcelona. *Revista Latina de Comunicación Social*(79), 11.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7910289.pdf>
- Consejo de Comunicación. (2021). *LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL - REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS 2021*. Libertad de expresión y derechos :
https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/TABLA_DE_DATOS_GENERAL_30_06_2021.pdf

Dávalos, N. (1 de febrero de 2021). *En Ecuador, el 78,7% de los ciudadanos usa redes sociales.*

Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/14-millones-ecuatorianos-usuarios-redes-sociales/>

Finol, D. F., y Vera, S. J. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *Mundo Recursivo*, 3(1), 1-24.

<https://atlantic.edu.ec/ojs/index.php/mundor/article/view/38>

García, E., Casado, A., y Vega, R. d. (2020). Evolución de la investigación psicosocial del dopaje en el deporte de competición: una revisión narrativa (Evolution of doping in elite sport from the perspective of social sciences: a narrative review). *Retos*, 39, 973-980.

<https://elenagarciagrimau.com/wp-content/uploads/2020/11/Garcia-Grimau-investigacion-psicosocial-revision.pdf>

García, E., y González, H. (2021). Una revisión narrativa: el baloncesto como medio de inclusión en el trastorno del espectro autista. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*(42), 673-683. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7986362.pdf>

Gil, J., Ruiz, R., y Moreno, M. (2022). Influencers deportivos y su repercusión en el consumo, la actividad física y su proyección en redes sociales por los adolescentes andaluces (España). *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*(43), 591-602. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8059462.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.

Humanes, M. L. (2023). La performance de los roles profesionales en el periodismo deportivo.

Análisis de noticias en cuatro plataformas mediáticas en España. *Universitas-XXI*,

Revista de Ciencias Sociales y Humanas(38), 113-137.

<https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.05>

Londoño, M. (2022). Radar. Pistas y tendencias en el periodismo deportivo. *Revista de Comunicación*, 22(1), 478-479. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332023000100478&script=sci_arttext

Luque, S. (2021). Estrategias de marketing digital utilizadas por empresas del retail deportivo (Digital Marketing Strategies Used by Sports Retail Companies). *Revista CEA*, 7(13), 23. <https://www.redalyc.org/journal/6381/638167729007/638167729007.pdf>

Marcos, G. S., Alonso, M. L., y López, M. A. (2021). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 553-567. <https://doi.org/10.5209/esmp.71193>

Márquez, I., y Peñarín, C. (2020). CTXT: hacia un modelo de negocio posible para el periodismo digital independiente. *Profesional de la información*, 29(1), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.13>

Márquez, M. (2021). Limitantes a la profesionalización del Periodismo Deportivo en México: las lógicas del sistema de medios y la cultura periodística. *In Cómo hacer periodismo deportivo: Una visión iberoamericana Editorial Universidad de Sevilla*, 69-94.

[https://www.researchgate.net/profile/Mireya-Marquez-](https://www.researchgate.net/profile/Mireya-Marquez-Ramirez/publication/352776910_Limitantes_a_la_profesionalizacion_del_Periodismo_Deportivo_en_Mexico_las_logicas_del_sistema_de_medios_y_la_cultura_periodistica/links/625340164f88c3119cefe9ec/Limitantes-a)

[Ramirez/publication/352776910_Limitantes_a_la_profesionalizacion_del_Periodismo_Deportivo_en_Mexico_las_logicas_del_sistema_de_medios_y_la_cultura_periodistica/links/625340164f88c3119cefe9ec/Limitantes-a](https://www.researchgate.net/profile/Mireya-Marquez-Ramirez/publication/352776910_Limitantes_a_la_profesionalizacion_del_Periodismo_Deportivo_en_Mexico_las_logicas_del_sistema_de_medios_y_la_cultura_periodistica/links/625340164f88c3119cefe9ec/Limitantes-a)

Martín, D., y Pedrero, L. (2021). Deporte y espectáculo en la narrativa de los ‘e-sports’: El caso de ‘League of legends’. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la*

- Comunicación Aplicada*, 11(2), 59-79.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8091553.pdf>
- Mena, R. M. (3 de Mayo de 2023). *La libertad de prensa en el mundo*. Statista:
<https://es.statista.com/grafico/4779/la-libertad-de-prensa-en-el-mundo/>
- Montiel, A., Camacho, P., y Martín, A. (2021). La planificación del entrenamiento en deporte y su orientación al fútbol. *Revisión narrativa sobre su evolución histórica. Logía, educación física y deporte*, 1(2), 34-42. <https://logiaefd.com/wp-content/uploads/2021/02/4.pdf>
- Muñoz, A., y Salido, J. (2022). Representación fotográfica de las atletas en la prensa deportiva digital española durante los Juegos Olímpicos de Río. *Cuadernos. info*(51), 49-71.
https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2022000100004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Oelrichs, I. (2023). Adoption of innovations in digital sports journalism: The use of Twitter by German sports journalists. *Communication & Sport*, 11(2), 288-312.
<https://doi.org/10.1177/2167479520961786>
- Padilla, A., Augusto, C., y Marroquín, S. C. (2021). Enfoques de investigación en odontología: cuantitativa, cualitativa y mixta. *Revista estomatologica herediana*, 31(3), 338-340.
<https://doi.org/10.20453/reh.v31i4.4104>
- Paz, J. D. (2023). Innovar en periodismo deportivo. Aportes desde una perspectiva interdisciplinaria. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*(38), 17-40.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86342023000100017&script=sci_arttext

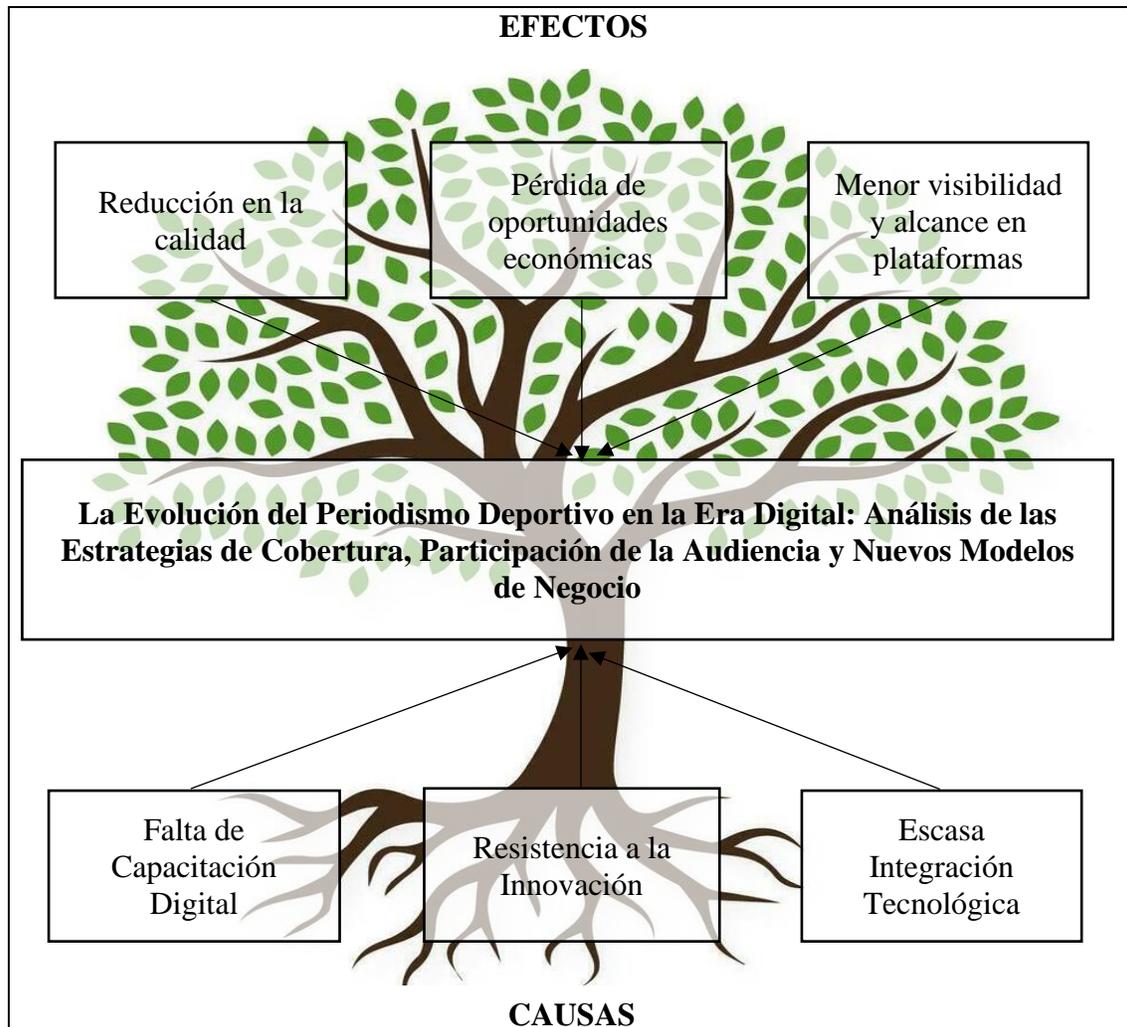
- Perreault, G., y Bell, T. R. (2022). Towards a “digital” sports journalism: Field theory, changing boundaries and evolving technologies. *Communication & Sport*, 10(3), 398-416.
10.1177/2167479520979
- Ramos, G. C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6.
<https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Reidl, M. L. (2012). Marco conceptual en el proceso de investigación. *Investigación en educación médica*, 1(3), 146-151.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572012000300007
- Rentería, M. J. (2020). Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(175), 667-687. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/215>
- Reyes, d.-C. S., Pérez, E. M., y Navazo, O. P. (2022). Digital competencies for new journalistic work in media outlets: A systematic review. *Media and Communication*, 10(1), 27-42.
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4439>
- Ricardo, W. (2022). Los diarios deportivos digitales en Colombia. Nuevas tendencias del periodismo. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(40), 119-145.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-25222022000100119&script=sci_arttext
- Robles, P. B. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247.
<http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269/1099>
- Rojas, J. (2021). El estado de la investigación en los Trabajos Fin de Máster en periodismo deportivo en España. *Revista de Comunicación*, 20(1), 269-284.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332021000100014&script=sci_arttext&tlng=pt

- Sánchez, M. (2020). Entrevistas participativas en diarios digitales: modelos y oportunidades de interactividad. *Profesional de la información*, 29(6), 11.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/78253/62878>
- Sanz, B. (2020). Influencia del éxito deportivo en la cobertura del deporte femenino español: los Juegos Olímpicos de Londres 2012 y Río 2016. *Doxa Comunicación*,(31), 131-151.
https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/11745/1/es_a6_stamped.pdf;
- Summerley, R. (2020). The Development of Sports: A Comparative Analysis of the Early Institutionalization of Traditional Sports and E-Sports. *Games and Culture*, 15(1), 51-72.
<https://doi.org/10.1177/1555412019838094>
- Valle, D., y Pinilla, F. (2023). Información, democracia y libertad en la era de la segmentación: Apuntes sobre una relación compleja. *In Forum. Revista Departamento de Ciencia Política*(24), 53-79.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/article/download/104385/88772>
- Wiske, J., y Horky, T. (2021). Digital and data-driven sports journalism: New challenges and perspectives. *Insights on Reporting Sports in the Digital Age*, 31-48.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003010944-4/digital-data-driven-sports-journalism-jana-wiske-thomas-horky>
- Zambrano, W. R. (2022). Los diarios deportivos digitales en Colombia. Nuevas tendencias del periodismo. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(40), 119-145.
[10.22395/angr.v20n40a6](https://doi.org/10.22395/angr.v20n40a6)

ANEXOS

Anexo 1. Árbol del problema



Anexo 2. Guía de entrevista

Entrevista sobre Periodismo Deportivo:

1. Intervencionista: ¿Cómo percibe la intervención activa del periodismo deportivo en cuestiones sociales o políticas? ¿Cómo cree que esta dimensión afecta la percepción de la audiencia?
2. Vigilante: ¿Cómo incorpora el principio de vigilancia en su enfoque periodístico deportivo para garantizar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos?
3. Lear Facilitador: ¿Cómo utiliza estrategias de aprendizaje facilitador en la presentación de información deportiva para mejorar la comprensión y el conocimiento de la audiencia?
4. De Servicio: ¿En qué medida considera que el periodismo deportivo puede actuar como un servicio para satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia?
5. De Info-entrenamiento: ¿Cómo integra el enfoque de info-entrenamiento en su trabajo periodístico deportivo para proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la audiencia?
6. Cívico: ¿Cómo aborda el periodismo deportivo cívico para fomentar la participación y el entendimiento de la audiencia en cuestiones sociales más amplias relacionadas con el deporte?

Entrevista sobre Era Digital:

1. Compromiso Profesional: ¿Cómo ve la evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital? ¿De qué manera las nuevas tecnologías han afectado su compromiso con la audiencia?

2. Recursos Digitales: ¿Cómo ha incorporado y aprovechado los recursos digitales en su práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de su contenido?
3. Pedagogía Digital: ¿Cómo utiliza la pedagogía digital para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital?
4. Evaluación Digital: ¿Cómo evalúa el impacto de su trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital? ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el éxito en este contexto?

Entrevista sobre Estrategias de Cobertura:

1. Redes Sociales: ¿Cómo integra las redes sociales en sus estrategias de cobertura periodística deportiva para aumentar la interacción y la participación de la audiencia?
2. Acceso Instantáneo a Noticias: ¿Cómo ha adaptado sus prácticas para aprovechar el acceso instantáneo a noticias en la era digital y mantenerse relevante en un entorno de información rápida?
3. Enfoque en Tiempo Real: ¿Cómo incorpora el enfoque en tiempo real en la cobertura de eventos deportivos para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los acontecimientos?

Entrevista sobre Modelos de Negocio:

1. Modelo de Suscripciones: ¿Cómo ha implementado o considerado el modelo de suscripciones en su medio de comunicación para generar ingresos sostenibles en la era digital?
2. Cesión de Tráfico: ¿En qué medida ha explorado o utilizado la estrategia de cesión de tráfico para dirigir audiencia hacia su plataforma digital y maximizar la visibilidad?

3. Publicidad: ¿Cómo ha evolucionado su enfoque en la publicidad en el contexto digital del periodismo deportivo? ¿Cómo equilibra la rentabilidad con la experiencia del usuario?
4. Vías de Financiación: ¿Cuáles considera que son las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo en la actualidad, y cómo ha ajustado su enfoque en función de estas vías?

Resultados de entrevista sobre la variable de Periodismo Deportivo

Periodista 1

1. **Intervencionista:** La intervención activa del periodismo deportivo en cuestiones sociales o políticas es una responsabilidad importante. Creo que esta dimensión puede influir significativamente en la percepción de la audiencia al mostrar cómo el deporte y la sociedad están interconectados. Al abordar temas como la igualdad de género en el deporte o el impacto económico de los eventos deportivos, podemos generar conciencia y promover el cambio social.
2. **Vigilante:** En mi enfoque periodístico deportivo, el principio de vigilancia es fundamental para garantizar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos. Esto implica verificar la veracidad de la información, mantener una actitud crítica hacia las fuentes y ser transparente en la presentación de los hechos. Es crucial mantenernos vigilantes para preservar la credibilidad del periodismo deportivo.
3. **Lear Facilitador:** Utilizo estrategias de aprendizaje facilitador en la presentación de información deportiva para mejorar la comprensión y el conocimiento de la audiencia. Esto incluye simplificar conceptos técnicos, proporcionar ejemplos claros y fomentar la interacción con la audiencia a través de preguntas y respuestas. Mi objetivo es hacer que el contenido sea accesible y estimulante para todos los espectadores.

4. **De Servicio:** Considero que el periodismo deportivo desempeña un papel importante como servicio para satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia. Al proporcionar cobertura exhaustiva, imparcial y variada de eventos deportivos, así como análisis experto y contenido relevante, podemos mantener a la audiencia informada, comprometida y entretenida.
5. **De Info-entrenamiento:** En mi trabajo periodístico deportivo, integro el enfoque de info-entrenamiento al proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la audiencia. Esto implica no solo informar sobre los eventos deportivos, sino también contextualizarlos, ofrecer análisis en profundidad y destacar temas relevantes que puedan enriquecer el conocimiento de los espectadores sobre el deporte y sus implicaciones.
6. **Cívico:** Abordo el periodismo deportivo cívico al destacar la importancia de la participación y el entendimiento de la audiencia en cuestiones sociales más amplias relacionadas con el deporte. Esto implica no solo informar sobre eventos deportivos, sino también analizar su impacto en la sociedad y promover la participación activa de la audiencia en discusiones sobre temas relevantes.

Periodista 2

1. **Intervencionista:** Desde mi perspectiva, el periodismo deportivo tiene un impacto significativo en cuestiones sociales y políticas al exponer y analizar temas que trascienden el ámbito deportivo. Esta intervención activa puede influir en la percepción de la audiencia al proporcionar un contexto más amplio sobre cómo el deporte se entrelaza con la sociedad y la política. Al destacar historias de atletas que abogan por causas sociales o al analizar las implicaciones políticas de eventos deportivos, podemos generar conciencia y promover el cambio social.

2. **Vigilante:** En mi enfoque periodístico deportivo, el principio de vigilancia es fundamental para garantizar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos. Esto implica estar atento a posibles casos de corrupción, dopaje, o cualquier otro comportamiento que pueda comprometer la integridad del deporte. Al mantenernos vigilantes, podemos cumplir nuestro deber de informar con precisión y responsabilidad, construyendo así la confianza del público en nuestra labor periodística.
3. **Lear Facilitador:** Utilizo estrategias de aprendizaje facilitador para presentar información deportiva de manera que sea accesible y comprensible para la audiencia. Esto implica simplificar conceptos complejos, utilizar ejemplos prácticos y fomentar la interacción con la audiencia a través de diversas plataformas digitales. Al facilitar el aprendizaje, podemos aumentar el conocimiento y el interés de la audiencia en el deporte, fortaleciendo así nuestra conexión con ellos.
4. **De Servicio:** Considero que el periodismo deportivo desempeña un papel crucial como servicio para satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia. Al ofrecer una cobertura exhaustiva y variada de eventos deportivos, así como análisis profundos y contenido educativo, podemos mantener a la audiencia informada y comprometida. Además, al brindar entretenimiento de calidad, podemos crear experiencias memorables para los aficionados al deporte.
5. **De Info-entrenamiento:** En mi trabajo periodístico deportivo, integro el enfoque de info-entrenamiento al proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la audiencia. Esto implica ofrecer análisis detallados, estadísticas relevantes y contextos históricos que enriquezcan la comprensión del deporte. Al educar a la audiencia sobre

aspectos técnicos, tácticos y culturales del deporte, podemos profundizar su apreciación y pasión por el mismo.

6. **Cívico:** Abordo el periodismo deportivo cívico al resaltar la importancia del deporte como catalizador de la participación y el entendimiento en temas sociales más amplios. Esto implica analizar cómo el deporte puede influir en la cohesión social, la identidad nacional y la inclusión. Al fomentar la discusión y el compromiso cívico en torno al deporte, podemos contribuir a una sociedad más informada, empática y cohesionada.

Periodista 3

1. **Intervencionista:** Considero que el periodismo deportivo tiene un papel fundamental en la intervención activa en cuestiones sociales o políticas. Esta dimensión puede afectar la percepción de la audiencia al generar conciencia sobre temas relevantes que van más allá del ámbito deportivo. Al destacar la importancia de la equidad, la inclusión y la justicia en el deporte, podemos influir en la opinión pública y promover un cambio positivo en la sociedad.
2. **Vigilante:** En mi enfoque periodístico deportivo, incorporo el principio de vigilancia para asegurar la integridad y la ética en la cobertura de eventos deportivos. Esto implica estar atento a posibles casos de corrupción, abusos o cualquier comportamiento poco ético en el deporte. Al ser vigilantes, podemos actuar como guardianes de los valores del deporte y mantener la confianza del público en nuestra labor periodística.
3. **Lear Facilitador:** Utilizo estrategias de aprendizaje facilitador para presentar información deportiva de manera que sea comprensible y accesible para la audiencia. Esto implica explicar conceptos complejos, proporcionar ejemplos prácticos y fomentar la participación activa de la audiencia en el proceso de aprendizaje. Creo que al facilitar

el conocimiento deportivo, podemos empoderar a la audiencia y mejorar su apreciación del deporte.

4. **De Servicio:** En mi opinión, el periodismo deportivo cumple un importante rol de servicio al satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia. Al ofrecer cobertura imparcial, relevante y diversa sobre eventos deportivos, así como análisis perspicaces y contenido educativo, podemos mantener a la audiencia informada, comprometida y entretenida con nuestro trabajo periodístico.
5. **De Info-entrenamiento:** En mi trabajo periodístico deportivo, integro el enfoque de info-entrenamiento para proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la audiencia. Esto implica ofrecer análisis detallados, estadísticas relevantes y contextos históricos que enriquezcan la comprensión de los espectadores sobre el deporte y sus implicaciones. Creo que, al educar a la audiencia, podemos promover una mayor apreciación y conocimiento del deporte.
6. **Cívico:** Abordo el periodismo deportivo cívico al destacar la importancia del deporte como agente de cambio social y promotor de valores cívicos. Esto implica analizar cómo el deporte puede influir en la sociedad y fomentar la participación ciudadana en temas como la inclusión, la diversidad y la justicia social. Creo que al promover la reflexión y el compromiso cívico, podemos contribuir a un deporte más equitativo y significativo para todos.

Periodista 4

1. **Intervencionista:** En mi opinión, la intervención activa del periodismo deportivo en cuestiones sociales o políticas es esencial para generar conciencia y promover el cambio. Al abordar temas como la discriminación en el deporte, la igualdad de género o la

corrupción en las instituciones deportivas, podemos influir en la percepción de la audiencia y estimular el debate público sobre estas cuestiones. Esta dimensión afecta la percepción de la audiencia al proporcionar un análisis crítico y contextualizado que va más allá de los resultados deportivos.

2. **Vigilante:** En mi enfoque periodístico deportivo, la vigilancia se traduce en estar atento a cualquier irregularidad o comportamiento antiético en la cobertura de eventos deportivos. Esto implica investigar a fondo, verificar fuentes y exponer cualquier caso de corrupción, dopaje o injusticia en el deporte. Al mantenernos vigilantes, podemos preservar la integridad del deporte y mantener la confianza del público en nuestra labor periodística.
3. **Lear Facilitador:** Empleo estrategias de aprendizaje facilitador para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia. Esto implica utilizar un lenguaje claro y sencillo, proporcionar ejemplos relevantes y utilizar recursos visuales que ayuden a transmitir conceptos complejos. Al facilitar el aprendizaje, podemos mejorar el conocimiento y la apreciación del deporte por parte de la audiencia, fortaleciendo así nuestra relación con ellos.
4. **De Servicio:** Considero que el periodismo deportivo actúa como un servicio al satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia. Al ofrecer cobertura en profundidad, análisis perspicaces y contenido variado sobre eventos deportivos, podemos mantener a la audiencia informada y comprometida. Además, al proporcionar entretenimiento de calidad, podemos crear experiencias significativas que enriquezcan la vida de los aficionados al deporte.
5. **De Info-entrenamiento:** En mi trabajo periodístico deportivo, integro el enfoque de info-entrenamiento al proporcionar información educativa y perspectivas analíticas a la

audiencia. Esto implica ofrecer análisis tácticos, técnicos y culturales que enriquezcan la comprensión del deporte. Al educar a la audiencia sobre los aspectos más profundos del deporte, podemos aumentar su apreciación y pasión por el mismo.

6. **Cívico:** Abordo el periodismo deportivo cívico al destacar el papel del deporte en la promoción de valores sociales y la participación ciudadana. Esto implica analizar cómo el deporte puede influir en la inclusión, la diversidad y el desarrollo comunitario. Al resaltar estas cuestiones, podemos fomentar la participación activa de la audiencia en temas sociales más amplios relacionados con el deporte, contribuyendo así a una sociedad más cohesionada y justa.

Resultados de entrevista sobre la variable de Era Digital

Periodista 1

1. **Compromiso Profesional: ¿Cómo ve la evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital? ¿De qué manera las nuevas tecnologías han afectado su compromiso con la audiencia?**

La evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital es un fenómeno fascinante. Las nuevas tecnologías han transformado nuestra relación con la audiencia, permitiéndonos una interacción más directa y personalizada. Ahora, más que nunca, estamos comprometidos a ofrecer contenido relevante, oportuno y atractivo, adaptado a las plataformas y preferencias de los usuarios. La inmediatez de la información y la capacidad de llegar a audiencias globales son aspectos que han revolucionado nuestro compromiso con los espectadores.

2. Recursos Digitales: ¿Cómo ha incorporado y aprovechado los recursos digitales en su práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de su contenido?

En mi práctica periodística deportiva, he abrazado plenamente los recursos digitales como herramientas esenciales para mejorar la calidad y relevancia de mi contenido. Desde la producción de videos en vivo hasta el uso de análisis de datos avanzados, cada recurso digital se utiliza estratégicamente para enriquecer la experiencia del usuario y mantenernos a la vanguardia de la información deportiva. La adaptabilidad y la innovación son clave en este proceso, ya que nos permite ofrecer un contenido más atractivo y significativo para nuestra audiencia digital.

3. Pedagogía Digital: ¿Cómo utiliza la pedagogía digital para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital?

La pedagogía digital desempeña un papel crucial en mi enfoque para hacer que la información deportiva sea accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital. Utilizo técnicas de narración visual, infografías interactivas y contenido multimedia para transmitir conceptos complejos de manera clara y atractiva. Además, fomento la participación activa de la audiencia a través de encuestas en línea, debates en redes sociales y sesiones de preguntas y respuestas en vivo. Este enfoque centrado en el usuario permite una mayor retención de información y un compromiso más profundo con el contenido deportivo.

4. Evaluación Digital: ¿Cómo evalúa el impacto de su trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital? ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el éxito en este contexto?

La evaluación del impacto de mi trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital es un proceso continuo y multifacético. Si bien existen numerosas métricas y indicadores para medir el

éxito, considero que algunos de los más relevantes incluyen la tasa de interacción en redes sociales, el tiempo de permanencia en el sitio web, la tasa de conversión de usuarios y la retroalimentación directa de la audiencia. Estos datos proporcionan una visión holística del compromiso y la satisfacción del usuario, lo que me permite ajustar y mejorar constantemente mi enfoque periodístico para satisfacer las necesidades cambiantes de la audiencia digital.

Periodista 2

1. Compromiso Profesional: ¿Cómo ve la evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital? ¿De qué manera las nuevas tecnologías han afectado su compromiso con la audiencia?

La evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo durante la era digital es notable. Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que nos relacionamos con la audiencia, brindándonos la capacidad de interactuar en tiempo real y personalizar el contenido para satisfacer las demandas cambiantes. Mi compromiso con la audiencia se ha fortalecido a través de una mayor accesibilidad y una variedad de plataformas digitales que permiten una conexión más directa y significativa con los aficionados al deporte en todo el mundo.

2. Recursos Digitales: ¿Cómo ha incorporado y aprovechado los recursos digitales en su práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de su contenido?

En mi práctica periodística deportiva, he adoptado una variedad de recursos digitales para mejorar la calidad y la relevancia de mi contenido. Desde el uso de análisis avanzados hasta la producción de contenido multimedia interactivo, cada recurso digital se utiliza estratégicamente

para ofrecer una experiencia informativa enriquecedora. La implementación de herramientas de realidad aumentada, podcasts y aplicaciones móviles ha ampliado nuestra capacidad para proporcionar contenido innovador y atractivo que resuena con la audiencia digital actual.

3. Pedagogía Digital: ¿Cómo utiliza la pedagogía digital para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital?

La pedagogía digital es fundamental en mi enfoque para hacer que la información deportiva sea accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital. Utilizo técnicas como la narración visual, la gamificación y la creación de contenido educativo interactivo para hacer que conceptos complejos sean más digeribles. Además, fomento la participación activa de la audiencia a través de foros en línea, sesiones de preguntas y respuestas en vivo y encuestas interactivas. Esta combinación de enfoques garantiza que el contenido deportivo sea informativo, interesante y fácilmente comprensible para una amplia gama de espectadores.

4. Evaluación Digital: ¿Cómo evalúa el impacto de su trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital? ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el éxito en este contexto?

Evaluar el impacto de mi trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital es fundamental para comprender la efectividad de nuestras estrategias y ajustarlas según sea necesario. Algunas métricas clave que considero importantes incluyen la tasa de participación en redes sociales, la tasa de clics en contenido multimedia, la retención de usuarios y la retroalimentación directa de la audiencia. Estos indicadores nos proporcionan una visión completa del compromiso y la satisfacción del usuario, lo que nos permite adaptar continuamente nuestro enfoque para satisfacer las necesidades y expectativas de la audiencia digital.

Periodista 3

1. Compromiso Profesional: ¿Cómo ve la evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital? ¿De qué manera las nuevas tecnologías han afectado su compromiso con la audiencia?

La evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital ha sido notable. Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que nos conectamos con la audiencia, permitiéndonos ofrecer contenido más interactivo, personalizado y oportuno. Como periodista deportivo, mi compromiso con la audiencia se ha fortalecido gracias a herramientas como las redes sociales, que facilitan la comunicación directa con los seguidores, y las plataformas de transmisión en vivo, que nos permiten llevar eventos deportivos directamente a sus dispositivos. Esta conexión instantánea y constante con la audiencia ha elevado la calidad de nuestra interacción y ha ampliado nuestro alcance de manera significativa.

2. Recursos Digitales: ¿Cómo ha incorporado y aprovechado los recursos digitales en su práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de su contenido?

He integrado una amplia gama de recursos digitales en mi práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de mi contenido. Esto incluye el uso de herramientas de análisis de datos para proporcionar estadísticas detalladas, la creación de contenido multimedia como podcasts y videos en línea, y la participación activa en plataformas de redes sociales para mantenerme actualizado con las conversaciones y tendencias en tiempo real. Además, aprovecho las oportunidades de colaboración con otros profesionales y expertos en el campo para enriquecer mi contenido y ofrecer perspectivas variadas y autorizadas.

3. Pedagogía Digital: ¿Cómo utiliza la pedagogía digital para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital?

En mi enfoque periodístico deportivo, la pedagogía digital desempeña un papel crucial para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital. Utilizo una variedad de técnicas, como la creación de contenido visualmente atractivo, la segmentación de la información en unidades digeribles y la implementación de herramientas interactivas de aprendizaje. Además, fomento la participación de la audiencia a través de encuestas, cuestionarios y debates en línea, lo que promueve un aprendizaje activo y una mayor retención de la información.

4. Evaluación Digital: ¿Cómo evalúa el impacto de su trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital? ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el éxito en este contexto?

Para evaluar el impacto de mi trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital, empleo una variedad de métricas y herramientas analíticas. Entre las métricas más relevantes se encuentran el alcance y la participación en las redes sociales, el tráfico y la retención en el sitio web, y la tasa de conversión de suscriptores o seguidores. Además, presto atención a la retroalimentación directa de la audiencia a través de comentarios, reacciones y encuestas. Estos datos me permiten medir el éxito de mi contenido en línea, identificar áreas de mejora y adaptar mi enfoque para satisfacer las necesidades cambiantes de la audiencia digital.

Periodista 4

1. Compromiso Profesional: ¿Cómo ve la evolución del compromiso profesional en el periodismo deportivo en la era digital? ¿De qué manera las nuevas tecnologías han afectado su compromiso con la audiencia?

En la era digital, el compromiso profesional en el periodismo deportivo ha evolucionado hacia una mayor interacción y proximidad con la audiencia. Las nuevas tecnologías han

permitido una comunicación más directa y rápida, lo que ha fortalecido la relación entre periodistas y aficionados. La audiencia espera contenido más personalizado y relevante, lo que nos desafía a estar siempre actualizados y a adaptarnos a sus necesidades y preferencias.

2. Recursos Digitales: ¿Cómo ha incorporado y aprovechado los recursos digitales en su práctica periodística deportiva para mejorar la calidad y la relevancia de su contenido?

En mi práctica periodística deportiva, aprovecho los recursos digitales de diversas maneras para mejorar la calidad y relevancia del contenido. Esto incluye el uso de herramientas de análisis de datos para ofrecer estadísticas más detalladas, la producción de contenido multimedia como podcasts y videos para una experiencia más inmersiva, y la interacción en redes sociales para mantenerme conectado con la audiencia y conocer sus intereses en tiempo real.

3. Pedagogía Digital: ¿Cómo utiliza la pedagogía digital para hacer que la información deportiva sea más accesible y comprensible para la audiencia en el entorno digital?

Empleo estrategias de pedagogía digital para mejorar la accesibilidad y comprensión de la información deportiva en el entorno digital. Esto incluye la creación de contenido interactivo, como tutoriales y simulaciones, que permiten a la audiencia aprender de manera práctica y participativa. También utilizo la segmentación de contenido según el nivel de conocimiento de la audiencia y la adaptación de los formatos de presentación para satisfacer diferentes estilos de aprendizaje.

4. Evaluación Digital: ¿Cómo evalúa el impacto de su trabajo periodístico deportivo en el ámbito digital? ¿Qué métricas o indicadores considera más relevantes para medir el éxito en este contexto?

Para evaluar el impacto de mi trabajo periodístico en el ámbito digital, considero diversas métricas e indicadores clave. Esto incluye el análisis del tráfico web, la tasa de interacción en redes sociales, la cantidad de reproducciones de videos y podcasts, así como la retroalimentación directa de la audiencia a través de comentarios y encuestas. Además, considero la tasa de conversión de seguidores en suscriptores y la retención de audiencia como indicadores importantes de éxito en este contexto digital.

Resultados de entrevista sobre la variable de Estrategias de Cobertura

Periodista 1

1. Redes Sociales: ¿Cómo integra las redes sociales en sus estrategias de cobertura periodística deportiva para aumentar la interacción y la participación de la audiencia?

Las redes sociales son una parte fundamental de mis estrategias de cobertura periodística deportiva. Las utilizo para compartir noticias al instante, interactuar con la audiencia en tiempo real, y promover debates y encuestas sobre temas relevantes. Además, aprovecho las plataformas para ofrecer contenido exclusivo, como entrevistas en vivo o detrás de cámaras, lo que aumenta la interacción y la participación de los seguidores.

2. Acceso Instantáneo a Noticias: ¿Cómo ha adaptado sus prácticas para aprovechar el acceso instantáneo a noticias en la era digital y mantenerse relevante en un entorno de información rápida?

En la era digital, adaptarse al acceso instantáneo a noticias es esencial para mantenerse relevante. Para ello, he implementado prácticas que priorizan la rapidez y la precisión en la cobertura de eventos deportivos. Esto incluye el uso de herramientas de monitoreo de noticias en tiempo real, la colaboración con equipos multidisciplinarios para agilizar la producción de

contenido, y la creación de alertas y notificaciones para informar a la audiencia de manera inmediata.

3. Enfoque en Tiempo Real: ¿Cómo incorpora el enfoque en tiempo real en la cobertura de eventos deportivos para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los acontecimientos?

Para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los eventos deportivos, incorporo un enfoque en tiempo real en mi cobertura. Esto implica utilizar redes sociales y plataformas de transmisión en vivo para ofrecer actualizaciones constantes, comentarios en directo y análisis instantáneo. Además, fomento la interacción con la audiencia mediante encuestas, preguntas y respuestas en tiempo real, lo que crea una experiencia más inmersiva y participativa para los espectadores.

Periodista 2

1. Redes Sociales: ¿Cómo integra las redes sociales en sus estrategias de cobertura periodística deportiva para aumentar la interacción y la participación de la audiencia?

Las redes sociales son como el estadio virtual donde se juega la partida de la interacción. Las utilizo como un espacio de conversación en tiempo real, donde los seguidores pueden sentirse parte del equipo periodístico. Desde encuestas previas al partido hasta transmisiones en vivo desde el campo, las redes sociales son el canal que conecta a la audiencia con la emoción del deporte.

2. Acceso Instantáneo a Noticias: ¿Cómo ha adaptado sus prácticas para aprovechar el acceso instantáneo a noticias en la era digital y mantenerse relevante en un entorno de información rápida?

En la era de la información instantánea, la clave es la anticipación y la reacción rápida. He transformado mis prácticas periodísticas para estar siempre un paso adelante, utilizando herramientas de alerta de noticias y colaborando estrechamente con fuentes confiables. La audiencia demanda noticias frescas al instante, y es nuestro deber como periodistas deportivos proporcionarlas con precisión y rapidez.

3. Enfoque en Tiempo Real: ¿Cómo incorpora el enfoque en tiempo real en la cobertura de eventos deportivos para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los acontecimientos?

Durante la cobertura de eventos deportivos, busco crear una experiencia inmersiva para la audiencia. Desde comentarios en vivo hasta actualizaciones minuto a minuto, mi objetivo es mantener a los espectadores al borde de sus asientos, haciéndolos sentir como si estuvieran en el estadio. Además, aprovecho las redes sociales para fomentar la interacción y el debate en tiempo real, convirtiendo la experiencia de ver el evento en algo interactivo y emocionante.

Periodista 3

1. Redes Sociales: ¿Cómo integra las redes sociales en sus estrategias de cobertura periodística deportiva para aumentar la interacción y la participación de la audiencia?

Las redes sociales son el escenario donde la audiencia vive el deporte en tiempo real. Mi enfoque se centra en crear una comunidad comprometida, ofreciendo contenido exclusivo, como entrevistas en vivo con deportistas y análisis instantáneo. La interacción es clave; al responder a los comentarios y preguntas de los seguidores, logramos una experiencia más inmersiva y participativa.

2. Acceso Instantáneo a Noticias: ¿Cómo ha adaptado sus prácticas para aprovechar el acceso instantáneo a noticias en la era digital y mantenerse relevante en un entorno de información rápida?

En este mundo digital y veloz, la adaptabilidad es fundamental. Me mantengo al tanto de las tendencias y noticias en tiempo real, utilizando herramientas de monitoreo y colaborando con equipos multidisciplinarios. Además, priorizo la verificación de fuentes para ofrecer información precisa y confiable en el momento preciso, manteniendo así la relevancia y credibilidad.

3. Enfoque en Tiempo Real: ¿Cómo incorpora el enfoque en tiempo real en la cobertura de eventos deportivos para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los acontecimientos?

Durante la cobertura de eventos deportivos, mi objetivo es trasladar la emoción del momento directamente a la pantalla de la audiencia. Utilizo herramientas de transmisión en vivo, comentarios en directo y actualizaciones constantes para mantener a los espectadores inmersos en la acción. Además, fomento la participación activa de la audiencia mediante encuestas, preguntas y debates en tiempo real, creando así una experiencia interactiva y emocionante.

Periodista 4

1. Redes Sociales: ¿Cómo integra las redes sociales en sus estrategias de cobertura periodística deportiva para aumentar la interacción y la participación de la audiencia?

En mi enfoque, las redes sociales son más que simples herramientas; las veo como plataformas para construir comunidades deportivas. Me enfoco en generar contenido específico para cada plataforma, desde historias breves en Instagram hasta debates en X y transmisiones en

vivo en Facebook. Esto permite una interacción más personalizada y un mayor compromiso por parte de la audiencia.

2. Acceso Instantáneo a Noticias: ¿Cómo ha adaptado sus prácticas para aprovechar el acceso instantáneo a noticias en la era digital y mantenerse relevante en un entorno de información rápida?

La rapidez y la precisión son esenciales en el mundo digital actual. Me mantengo actualizado mediante el uso de herramientas de monitoreo de noticias y redes sociales, lo que me permite detectar tendencias y eventos relevantes al instante. Además, he desarrollado una red de fuentes confiables para verificar la información y proporcionar actualizaciones precisas y oportunas a la audiencia, manteniendo así su confianza y compromiso.

3. Enfoque en Tiempo Real: ¿Cómo incorpora el enfoque en tiempo real en la cobertura de eventos deportivos para mantener a la audiencia actualizada y comprometida durante los acontecimientos?

Durante la cobertura de eventos deportivos en tiempo real, mi objetivo es crear una experiencia inmersiva para la audiencia. Utilizo herramientas de transmisión en vivo y actualizaciones constantes en redes sociales para ofrecer información actualizada al momento. Además, fomento la participación de la audiencia mediante encuestas en vivo, preguntas interactivas y comentarios en tiempo real, lo que hace que la experiencia sea más dinámica y participativa.

Resultados de entrevista sobre la variable de Modelos de Negocio

Periodista 1

1. Modelo de Suscripciones: ¿Cómo ha implementado o considerado el modelo de suscripciones en su medio de comunicación para generar ingresos sostenibles en la era digital?

Nuestro enfoque en el modelo de suscripciones se basa en ofrecer contenido exclusivo y de alta calidad a nuestros suscriptores. Esto incluye acceso a coberturas en profundidad, análisis detallados y experiencias interactivas. Además, hemos desarrollado planes de suscripción flexibles y atractivos, adaptados a las preferencias y necesidades de nuestra audiencia. La clave está en proporcionar un valor real que motive a los usuarios a pagar por nuestro contenido.

2. Cesión de Tráfico: ¿En qué medida ha explorado o utilizado la estrategia de cesión de tráfico para dirigir audiencia hacia su plataforma digital y maximizar la visibilidad?

Hemos adoptado la estrategia de cesión de tráfico de manera selectiva y estratégica. Colaboramos con otras plataformas y medios de comunicación para compartir contenido relevante y complementario, lo que nos permite alcanzar nuevas audiencias y aumentar nuestra visibilidad en el mercado digital. Sin embargo, siempre mantenemos el control sobre nuestra marca y la calidad del contenido que ofrecemos.

3. Publicidad: ¿Cómo ha evolucionado su enfoque en la publicidad en el contexto digital del periodismo deportivo? ¿Cómo equilibra la rentabilidad con la experiencia del usuario?

En el contexto digital, hemos adoptado un enfoque más orientado al usuario en nuestra estrategia publicitaria. Priorizamos la integración de anuncios nativos y no intrusivos que no interrumpen la experiencia de lectura o visualización del contenido deportivo. Al mismo tiempo, aprovechamos tecnologías avanzadas de segmentación y personalización para ofrecer anuncios

relevantes y atractivos para nuestra audiencia. Buscamos un equilibrio entre la rentabilidad publicitaria y la satisfacción del usuario para garantizar una experiencia óptima en nuestra plataforma.

4. Vías de Financiación: ¿Cuáles considera que son las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo en la actualidad, y cómo ha ajustado su enfoque en función de estas vías?

Las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo en la actualidad incluyen los modelos de suscripciones, la publicidad digital, las asociaciones y el patrocinio. Hemos ajustado nuestro enfoque diversificando nuestras fuentes de ingresos y apostando por estrategias que nos permitan generar ingresos de manera sostenible a largo plazo. Esto implica una combinación equilibrada de ingresos directos a través de suscripciones y patrocinios, junto con ingresos indirectos a través de publicidad y asociaciones estratégicas.

Periodista 2

1. Modelo de Suscripciones: ¿Cómo ha implementado o considerado el modelo de suscripciones en su medio de comunicación para generar ingresos sostenibles en la era digital?

Nuestra estrategia con el modelo de suscripciones ha sido integral. No solo ofrecemos acceso premium a contenido exclusivo, sino que también hemos desarrollado programas de membresía con beneficios adicionales, como descuentos en mercancía deportiva y acceso prioritario a eventos en vivo. Esta diversificación nos ha permitido no solo generar ingresos sostenibles, sino también construir una comunidad comprometida de seguidores.

2. Cesión de Tráfico: ¿En qué medida ha explorado o utilizado la estrategia de cesión de tráfico para dirigir audiencia hacia su plataforma digital y maximizar la visibilidad?

Nuestra estrategia de cesión de tráfico se ha centrado en asociaciones estratégicas con otros medios deportivos y plataformas afines. Esto implica colaboraciones en contenido, intercambio de enlaces y participación en redes de contenido para ampliar nuestro alcance y aumentar la visibilidad de nuestra marca. Al trabajar en colaboración con otros actores del sector, hemos logrado captar la atención de una audiencia más amplia y diversa.

3. Publicidad: ¿Cómo ha evolucionado su enfoque en la publicidad en el contexto digital del periodismo deportivo? ¿Cómo equilibra la rentabilidad con la experiencia del usuario?

Nuestro enfoque en la publicidad ha evolucionado hacia la personalización y la integración fluida con el contenido. Utilizamos tecnologías de segmentación avanzada para ofrecer anuncios relevantes y no intrusivos que complementen la experiencia del usuario. Además, nos aseguramos de mantener un equilibrio entre la rentabilidad y la experiencia del usuario al limitar la frecuencia de los anuncios y seleccionar cuidadosamente los formatos que no interrumpen la navegación del usuario.

4. Vías de Financiación: ¿Cuáles considera que son las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo en la actualidad, y cómo ha ajustado su enfoque en función de estas vías?

Las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo incluyen modelos de suscripción, patrocinios, eventos en vivo y la venta de productos relacionados con el deporte. Hemos ajustado nuestro enfoque adoptando un enfoque diversificado que aprovecha estas vías de

financiación de manera estratégica. Al tener múltiples fuentes de ingresos, podemos mantenernos financieramente estables y adaptarnos a las tendencias cambiantes del mercado.

Periodista 3

1. Modelo de Suscripciones: ¿Cómo ha implementado o considerado el modelo de suscripciones en su medio de comunicación para generar ingresos sostenibles en la era digital?

Hemos adoptado un enfoque proactivo hacia el modelo de suscripciones, ofreciendo contenido exclusivo, acceso temprano a eventos deportivos en vivo y descuentos en productos relacionados con el deporte como parte de nuestros paquetes de suscripción. Además, hemos implementado una estrategia de marketing digital dirigida para promover nuestras suscripciones, lo que ha resultado en un aumento constante en nuestra base de suscriptores y en ingresos más sostenibles.

2. Cesión de Tráfico: ¿En qué medida ha explorado o utilizado la estrategia de cesión de tráfico para dirigir audiencia hacia su plataforma digital y maximizar la visibilidad?

Nuestra estrategia de cesión de tráfico se ha centrado en colaboraciones estratégicas con otros medios deportivos y sitios web relevantes. A través de intercambios de contenido, participación en redes de contenido y asociaciones con influencers deportivos, hemos logrado ampliar nuestra audiencia y aumentar la visibilidad de nuestra plataforma digital de manera significativa.

3. Publicidad: ¿Cómo ha evolucionado su enfoque en la publicidad en el contexto digital del periodismo deportivo? ¿Cómo equilibra la rentabilidad con la experiencia del usuario?

Nuestro enfoque en la publicidad ha evolucionado hacia la creación de campañas publicitarias más personalizadas y menos intrusivas. Utilizamos datos de audiencia para segmentar nuestros anuncios y ofrecer contenido publicitario relevante para cada usuario. Además, nos aseguramos de limitar la cantidad de anuncios mostrados para mantener una experiencia de usuario óptima sin sacrificar la rentabilidad de nuestra plataforma.

4. Vías de Financiación: ¿Cuáles considera que son las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo en la actualidad, y cómo ha ajustado su enfoque en función de estas vías?

Las vías de financiación más efectivas para el periodismo deportivo incluyen los ingresos por suscripciones, la publicidad digital, los patrocinios y la organización de eventos deportivos. Hemos ajustado nuestro enfoque adoptando un enfoque integral que combina múltiples fuentes de ingresos. Esto nos ha permitido diversificar nuestros ingresos y adaptarnos de manera efectiva a las cambiantes condiciones del mercado.

Periodista 4

1. Modelo de Suscripciones: ¿Cómo ha implementado o considerado el modelo de suscripciones en su medio de comunicación para generar ingresos sostenibles en la era digital?

Nuestra estrategia de modelo de suscripciones se enfoca en ofrecer paquetes personalizados que incluyan acceso a contenido exclusivo, como entrevistas con deportistas destacados, análisis en profundidad y acceso a eventos en vivo. Además, hemos desarrollado una

interfaz fácil de usar y hemos invertido en marketing dirigido para atraer nuevos suscriptores y retener a los existentes.

2. Cesión de Tráfico: ¿En qué medida ha explorado o utilizado la estrategia de cesión de tráfico para dirigir audiencia hacia su plataforma digital y maximizar la visibilidad?

Hemos establecido asociaciones estratégicas con otros sitios web deportivos y plataformas de redes sociales para compartir contenido de forma mutua y ampliar nuestro alcance. También hemos utilizado técnicas de SEO para mejorar nuestra visibilidad en los motores de búsqueda y hemos invertido en publicidad dirigida para atraer tráfico cualificado a nuestra plataforma digital.

3. Publicidad: Pregunta: ¿Cómo ha evolucionado su enfoque en la publicidad en el contexto digital del periodismo deportivo? ¿Cómo equilibra la rentabilidad con la experiencia del usuario?

Hemos evolucionado hacia un enfoque más orientado al usuario, priorizando la relevancia y la calidad del contenido publicitario para garantizar una experiencia positiva para el usuario. Además, hemos diversificado nuestros formatos publicitarios, incluyendo anuncios nativos, patrocinios de contenido y publicidad contextualizada. Esto nos ha permitido mantener un equilibrio entre la rentabilidad y la satisfacción del usuario, aumentando nuestros ingresos publicitarios sin comprometer la experiencia del usuario.

