

La performance de los roles profesionales en el periodismo deportivo. Análisis de noticias en cuatro plataformas mediáticas en España

The performance of professional roles in sports journalism. Analysis of news content in four media platform in Spain

María Luisa Humanes

Universidad Rey Juan Carlos, España

marialuisa.humanes@urjc.es

<https://orcid.org/0000-0002-6860-4463>

Recibido: 15/01/2023 **Revisado:** 13/02/2023 **Aceptado:** 26/02/2023 **Publicado:** 01/03/2023

Resumen

A partir de la conceptualización de Mellado (2015, 2021) sobre la *performance* de los roles profesionales, manifestados en seis diferentes dimensiones: los roles intervencionista, vigilante, leal-facilitador, servicio, info-entretenimiento y cívico, se ha realizado un análisis de contenido de una muestra de 554 noticias sobre deportes publicadas en doce medios españoles de prensa, radio, televisión y diarios nativos digitales en 2020. Se abordan los siguientes objetivos: conocer qué roles periodísticos se materializan en mayor medida en la cobertura de acontecimientos deportivos, analizar si existen diferencias en la presencia de estos roles considerando la plataforma mediática (prensa, radio, televisión y medios nativos digitales), así como conocer qué roles intermedios se generan por la co-ocurrencia de los roles puros. Los resultados muestran que los roles más presentes son el intervencionista ($M = ,26$; $DT = ,20$) y el rol de info-entretenimiento ($M = ,16$; $DT = ,20$), especialmente en los medios nativos digitales ($M_{\text{intervencionista}} = ,31$; $DT = ,20$; $M_{\text{info-entretenimiento}} = ,18$; $DT = ,21$). Además, se ha revelado la generación de dos roles intermedios de la combinación de los roles intervencionista e info-entretenimiento ($r = ,266$) y de los roles leal-facilitador e info-entretenimiento ($r = ,179$). Se concluye que el modelo de periodismo deportivo descansa sobre dos funciones fundamentales, la de crear opinión y la de entretener, mientras que solo los diarios nativos digitales se alejan ligeramente al mostrarse más críticos.

Palabras clave

Roles profesionales, periodismo deportivo, análisis de contenido, radio, prensa, televisión, diarios nativos digitales, España.

Forma sugerida de citar: 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*, 38, pp. 111-135. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.05>

Abstract

Based on the conceptualization of Mellado (2015, 2021) on the performance of professional roles, manifested in six different dimensions: the interventionist, watchdog, loyal-facilitator, service, infotainment and civic roles, a content analysis has been carried out in a sample of 554 sports news published in the year 2020 in twelve Spanish media from four platforms (print press, radio, television and digital native newspapers). The following objectives are addressed: to know which journalistic roles materialize to a greater extent in the coverage of sporting events, to analyze if there are differences in the presence of these roles considering the media platform (press, radio, television and digital native media), as well as to know which intermediate roles are generated by the co-occurrence of pure roles. The results show that the most present roles are the interventionist ($M = .26$; $SD = .20$) and the infotainment role ($M = .16$; $SD = .20$), especially in digital native media ($M_{interventionist} = .31$; $SD = .20$; $M_{info-entertainment} = .18$; $SD = .21$). In addition, the generation of two intermediate roles has been revealed from the combination of the interventionist and infotainment roles ($r = .266$) and the loyal-facilitator and infotainment roles ($r = .179$). It is concluded that the sports journalism model bases on two fundamental functions, that of creating opinion and that of entertaining, while only digital native newspapers move away slightly by being more critical.

Keywords

Professional roles, sport journalism, content analysis, radio, print media, television, digital native newspapers, Spain.

Introducción

Como ha señalado Rojas Torrijos (2015), en España la información deportiva, ya sea vehiculada a través de publicaciones especializadas o en medios generalistas ha experimentado un crecimiento en las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los elementos centrales en el modelo de negocio de la mayoría de los medios de comunicación. Como señala el Estudio General de Medios (2022) entre los diez diarios con mayor penetración, tres son deportivos (Marca, As y Mundo Deportivo).

Esta importancia como elemento de captación y fidelización de audiencias no se ha correspondido con una consideración positiva del ejercicio profesional del periodismo deportivo. Desde el mismo nacimiento de la prensa moderna en el siglo XIX, la información deportiva se ha enmarcado de manera peyorativa en relación con otros contenidos más serios o de mayor interés público como la política o la economía. Así, se ha denominado a los contenidos deportivos con los términos como “toy department” o “conceived out

of journalistic wedlock” (Garrison y Salwen, 1989) para indicar su baja calidad. Así, el periodismo deportivo se concibió como un recurso para captar audiencias (Lowes, 1999) y aumentar las ganancias de los periódicos a través del sensacionalismo, la banalización y la construcción de héroes (Reed, 2018). A esta práctica del periodismo deportivo corresponden funciones o roles como el de propagandista —también denominados *cheerleaders*— alejados del periodismo objetivo (English, 2017). No obstante, en las últimas décadas, y a causa de diferentes escándalos de dopaje (caso Armstrong), de corrupción (*FIFAgate*) o recientemente la celebración del Mundial de fútbol en Qatar, los profesionales del periodismo deportivo han tenido oportunidad de asumir nuevas funciones más cercanas a la vigilancia del poder o al periodismo cívico (Cassidy, 2017).

Por otra parte, la literatura sobre secciones periodísticas (Reich, 2012) ha señalado que estas encarnan “microculturas” (Ericson *et al.*, 1989), que pudieran derivar en el ejercicio de prácticas periodísticas diferenciadas. Así, Becker y Vlad (2009) afirman que las secciones temáticas estructuran la recopilación de noticias, y autores como Doyle (2006) asocian algunas secciones temáticas con el desempeño de un rol adversarial. También la literatura sobre la performance de los roles profesionales ha mostrado la importante relación entre los temas noticiosos y la puesta en práctica de estos roles (Tandoc *et al.*, 2020; Márquez-Ramírez *et al.*, 2020; Humanes y Roses, 2018; Mellado *et al.*, 2017; Hellmüller *et al.*, 2016; Wang *et al.*, 2018). Mellado *et al.* (2021) concluyeron en su estudio sobre prensa en 18 países que los tópicos informativos afectan el desempeño de los roles de servicio, cívico y de entretenimiento, aun con diferencias según medios y países.

No obstante, el estudio de la implementación de los roles profesionales en la cobertura de acontecimientos deportivos es un tópico poco explorado, y en el caso español este es el primer estudio que, a partir de un análisis de contenido de noticias sobre deportes (N= 554) aborda tres objetivos: conocer qué roles periodísticos se materializan en mayor medida en la cobertura de acontecimientos deportivos, analizar si existen diferencias en la presencia de estos roles considerando la plataforma mediática (prensa, radio, televisión y medios nativos digitales), así como conocer qué roles intermedios se generan por la co-ocurrencia de los roles puros. Este trabajo forma parte del proyecto de investigación Modelos de periodismo en el contexto multiplataforma (CSO2017-82816-P), que se engloba en el proyecto internacional Journalistic Role Performance (www.journalisticperformance.org).

La performance de los roles profesionales y el periodismo deportivo

Este trabajo parte de la conceptualización de Mellado (2015, 2021) sobre la performance de los roles profesionales manifestada en seis diferentes dimensiones que se generan a partir de tres ejes: la presencia de la voz del periodista en la noticia, la relación del periodismo con el poder y la forma en que se aborda a la audiencia (Donsbach, 2012; Hanitzsch, 2007).

El primer eje analiza la postura más activa (rol intervencionista) o pasiva (rol diseminador) de los periodistas como actores en las noticias. Una actitud pasiva se basa en la neutralidad y la distancia entre el periodista y los hechos, mientras que en el polo intervencionista los profesionales expresan su propia opinión en la noticia, llegando incluso a apoyar ciertas ideologías y/o a ciertos grupos sociales. Esta dimensión tiene una naturaleza distinta a la de los otros roles, ya que se refiere a la narrativa de la noticia y por ello suele estar más presente, además de desempeñar la función de meta-rol, de la que hablaremos más adelante (Mellado, 2021).

La literatura sobre periodismo deportivo ha señalado que una de las características más destacadas es el alejamiento de la objetividad y la neutralidad (English, 2017; Márquez-Ramírez y Rojas, 2017; Salwen y Garrison, 1987). Scherman y Mellado (2019) en su estudio sobre la cobertura deportiva chilena hallaron que el rol intervencionista dominaba dicha cobertura. A partir de esta evidencia se plantea la primera hipótesis de investigación:

H1: La cobertura deportiva en los medios de comunicación españoles se caracterizará por una alta presencia del rol intervencionista.

El segundo dominio de la performance periodística se refiere a dos roles profesionales a través de los cuales los periodistas y los medios establecen su relación con las élites de una sociedad. El rol vigilante busca monitorear a quienes detentan el poder, llamando la atención sobre posibles abusos e irregularidades. Esta dimensión periodística es evidente cuando las noticias incluyen cuestionamientos, críticas o acusaciones contra quienes están en el poder, incluyendo reportajes de investigación o una amplia cobertura de investigaciones externas, o mostrando también el conflicto entre el medio y los poderosos. Por otra parte, el rol leal-facilitador se materializa en dos facetas, ya sea cooperando con quienes están en el poder para proteger el *statu quo*,

ya sea fomentando el sentido de pertenencia al propio país y fortaleciendo el prestigio nacional y el patriotismo.

Tradicionalmente se ha señalado la escasa presencia de crítica en la cobertura deportiva (Rowe, 2007; Walsh, 2013), incluso cuando se abordan temas relacionados con corrupción o escándalos (Márquez-Ramírez y Rojas, 2017), aunque también otros autores afirman un cambio hacia una cobertura más relacionada con el periodismo vigilante (Cassidy, 2017; English, 2017; Garrison y Salwen, 1989). Sí que es mayor la unanimidad al considerar la orientación propagandista, incluso de fan, de los periodistas deportivos frente a los actores deportivos (Boyle, 2017; English, 2017; Hardin, 2005; Márquez-Ramírez y Rojas, 2017; Rowe, 2007). Boyle *et al.* (2012) cuestionaron que los periodistas deportivos hayan confundido los roles de reportero y aficionado. Scherman y Mellado (2019) encontraron, precisamente, una presencia importante del rol leal en las noticias deportivas chilenas. A partir de estas evidencias se plantea la segunda hipótesis de investigación:

H2: El rol vigilante tendrá una escasa presencia en las noticias deportivas, mientras que el rol leal-facilitador guiará la cobertura deportiva en mayor medida en los medios de comunicación en España.

Finalmente, a partir de diferentes conceptualizaciones de la audiencia como ciudadanos, espectadores o clientes, se diferencian tres roles. El periodismo de servicio se dirige al público como un cliente, brindando información, conocimientos y consejos sobre bienes y servicios que la audiencia puede aplicar en su vida diaria. El periodismo de info-entretenimiento se dirige al público como espectador, que busca fundamentalmente relax y divertimento. Por último, el rol cívico se basa en ofrecer a la audiencia información y formación sobre demandas, derechos y deberes y demás asuntos vinculados con el ejercicio de la ciudadanía y su participación en la vida social, política y cultural (Mellado y van Dalen, 2017).

La función principal del periodismo deportivo desde su origen fue la función de entretener a las audiencias con el objetivo de garantizar ingresos a los medios (Reed, 2018; Lowes, 1999). En este sentido, Scherman y Mellado (2019) también confirmaron que el rol de info-entretenimiento supera de lejos a los otros dos roles en este dominio de abordaje de las audiencias (servicio y cívico). Se plantea desde estos argumentos una tercera hipótesis:

H3: El rol de info-entretenimiento dominará la información deportiva en los medios de comunicación españoles frente a los roles de servicio y cívico.

La práctica periodística se ha transformado para ajustarse a las lógicas que introducen los diferentes tipos de medios. Así la influencia de las plataformas mediáticas es ya indudable también en la materialización de los roles profesionales en las noticias (Mellado y Vos, 2017). Hallin y Mellado (2018) encontraron que los noticiarios de televisión no solo ponían en práctica en mayor medida el rol de info-entretenimiento, lo cual era esperado, sino que también mostraban mayor presencia de los roles de vigilancia y cívico. Se observa también un cambio en las funciones percibidas por los periodistas a medida que los medios digitales se han consolidado y han desarrollado rutinas de trabajo nuevas, sobre todo en relación con un mayor acercamiento a las audiencias. Mellado *et al.* (2021) encontraron en su análisis de medios chilenos diferencias en la manifestación de los roles entre la prensa y los diarios digitales. En el ámbito del periodismo deportivo, algunos estudios muestran que los periodistas se han adaptado continuamente a la digitalización (Daum y Scherer, 2018; Perreault y Bell, 2020). Sin embargo, Scherman y Mellado (2019) no encontraron diferencias relevantes al comparar la presencia de los roles en cuatro plataformas.

En este trabajo se formula una pregunta de investigación formal para abordar las posibles diferencias en la materialización de los roles según la plataforma mediática:

RQ1: ¿Existen diferencias significativas en la presencia de los roles periodísticos intervencionista, vigilante, leal-facilitador, cívico, de servicio y de info-entretenimiento entre los medios nativos digitales y otras plataformas (prensa, radio y televisión)?

Por último, los roles periodísticos no son mutuamente excluyentes y se pueden combinar generando roles intermedios (Mellado, 2021). Por ejemplo, dado el carácter transversal del rol intervencionista en la práctica periodística, cabría esperar su correlación con los otros roles periodísticos, generando cambios en los otros roles, generando un rol vigilante más adversario de los poderosos, o convirtiendo al rol leal en propagandista, dando al rol cívico carácter de defensor de la ciudadanía o al rol de info-entretenimiento matices más expresivos (Mellado, 2021, pp. 38-39). Humanes *et al.* (2021a) encontraron en su estudio comparado de seis países dos combinaciones del rol intervencionista con el rol vigilante y con el rol de info-entretenimiento.

Y en el contexto español, Humanes *et al.* (2021b) hallaron en su estudio las cadenas de televisión *La sexta* y *Antena 3* la combinación del rol intervencionista con los roles vigilante, cívico y de info-entretenimiento.

La co-ocurrencia de roles también puede existir entre funciones profesionales de diferentes dominios (Mellado, 2021). En cuanto al dominio de las relaciones de poder, los roles de vigilante y leal-facilitador pueden coexistir. Por ejemplo, en sistemas de medios caracterizados por un paralelismo político, el rol vigilante podría correlacionarse positivamente con la orientación de apoyo de las élites si una noticia crítica o denuncia las malas acciones de algunos actores mientras apoya a otras élites políticas.

También pueden surgir diferentes co-ocurrencias de roles dentro del dominio relación con la audiencia. La primera es la coexistencia de los roles cívicos y de información y entretenimiento, mezclando elementos de la vida pública y características de ciudadanía y entretenimiento. El segundo involucra los roles cívicos y de servicio. Se puede producir una tercera coincidencia entre el servicio y las funciones de info-entretenimiento.

Finalmente, también es posible abordar combinaciones específicas de los roles entre los dominios de relaciones de poder y enfoque de audiencia. El primero involucra los roles cívicos y de vigilancia, produciendo una práctica periodística que evoca a una audiencia que critica a los que están en el poder. Esta combinación de roles se mostró especialmente fuerte en los medios norteamericanos y griegos en el estudio citado de Humanes *et al.* (2021a). Una segunda combinación podría ocurrir entre los roles de info-entretenimiento y vigilante, con noticias que incluyan la presencia conjunta de vigilancia y escándalo, emocionalización o vida privada de los que están en el poder. En el estudio sobre informativos de televisión en España se encontraron estas combinaciones en los informativos de *La sexta* (Humanes *et al.*, 2021).

A partir de esta evidencia empírica sobre la presencia de roles intermedios en diferentes contextos periodísticos y plataformas mediáticas, se plantea la segunda pregunta formal de investigación:

PI2: ¿Qué roles intermedios se activan en las noticias deportivas?

Metodología

Se ha realizado un análisis de contenido cuantitativo de noticias (n= 554), publicadas en doce medios de comunicación durante 2020, incluyendo cuatro plataformas mediáticas (prensa, radio, televisión y nativos digitales), que fueron seleccionadas tanto por su penetración en la audiencia como porque representan distintas líneas editoriales. Cuando se diseñó la muestra en 2019 los medios de comunicación seleccionados ocupaban los primeros puestos según su plataforma. En el caso de la Televisión, las tres cadenas ocupaban los tres primeros puestos en consumo de minutos por espectador según el Estudio General de Medios (EGM) (2019, tercera ola), además se combinaba distinto tipo de propiedad público-privada. En el caso de la radio, las dos emisoras también según el EGM se sitúan entre las tres con más oyentes y además representan dos líneas ideológicas distintas (más progresista la cadena *Ser* y más conservador *Ondacero*). Los periódicos generalistas seleccionados son los más leídos según el EGM y también representan líneas editoriales diferenciadas (*El Mundo*, derecha; *La Vanguardia*, centro y *El País*, centroizquierda). Por último, los medios nativos digitales se incluyeron en la muestra por su penetración según el *Digital News Report España 2020* (Negredo-Bruna *et al.*, 2020) y por sus diferentes líneas editoriales (*El confidencial*, centroderecha; *Okdiario*, derecha; *eldiario.es*, izquierda y *Huffpost Spain*, centro-izquierda).

Para realizar la comparación con noticias de otras temáticas se ha utilizado una muestra de 5535 noticias sobre diferentes temáticas, que fueron analizadas siguiendo el mismo protocolo y metodología que el utilizado para analizar las noticias sobre deporte. La muestra global corresponde a la sección JRP España realizada dentro del proyecto JRP global, en el cual se analizó la *performance* periodística.

Tabla 1

Características de los medios analizados

Medios	Año de creación	Propiedad	Tipo de medio
El confidencial	2001	Titania Compañía Editorial, S.L.	Nativo digital
Okdiario	2015	Dos mil palabras, S.L.	Nativo digital
eldiario.es	2012	Diario de Prensa Digital S.L.	Nativo digital
Huffpost Spain	2012	PRISA Noticias	Nativo digital

Medios	Año de creación	Propiedad	Tipo de medio
El País	1976	Grupo PRISA	Prensa
El Mundo	1989	Unidad Editorial	Prensa
La Vanguardia	1881	Grupo Godo	Prensa
Ser	1924	Grupo PRISA	Radio
Ondacero	1990	Atresmedia	Radio
Antena 3	1990	Atresmedia	Televisión
La 1	1956	Estatal	Televisión
La Sexta	2005	Atresmedia	Televisión

Muestra

Para evitar sesgos derivados de las variaciones diarias y mensuales, la muestra se seleccionó dividiendo el año en dos períodos de seis meses: enero-junio y julio-diciembre. Para cada período, se creó una semana construida, seleccionando al azar las fechas de inicio en un lunes de enero y un lunes de julio. Utilizando intervalos de tres a cuatro semanas, se extrajeron cada uno de los seis días siguientes: un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un domingo. Este procedimiento permitió incluir siete días en cada semestre para una muestra total de 14 días durante el año. Así, se garantizó el análisis de cada uno de los siete días de la semana para cada semestre, y que cada mes del año estuviera representado por al menos un día, evitando la sobrerrepresentación de cualquier período.

Cada equipo nacional determinó la unidad de muestreo específica a considerar para cada medio de comunicación seleccionado de acuerdo con los siguientes criterios: la unidad de muestreo fue el noticiero más visto dentro de cada canal de televisión seleccionado, el programa de noticias más escuchado dentro de cada canal de radio seleccionado, el número completo de los periódicos seleccionados para medios impresos, y la página de inicio completa de los sitios web de noticias seleccionados (incluidos los enlaces respectivos) para medios de noticias en línea.

Mientras que nuestros periódicos y programas de noticias de radio y televisión seleccionados son “estáticos” en el sentido de que son únicos y apa-

recen en horarios fijos, las noticias del sitio web son dinámicas y cambian constantemente. En un segundo paso, se “capturaron” las páginas de inicio de los sitios web en dos puntos fijos durante los días muestreados: uno a las 11:00 a. m. y otro a las 11:00 p. m., de tal manera que se recogiera la mayor cantidad de variabilidad de contenido. Las páginas de inicio y sus respectivos enlaces se abrieron en tiempo real y se guardaron.

Finalmente, la unidad de análisis fue cada noticia, definida como el conjunto de elementos verbales y, en su caso, sonoros y/o visuales que se refieren a un mismo hecho/asunto/persona. Se seleccionaron noticias sobre los siguientes temas: gobierno, política y campañas electorales, economía y negocios, policía y delincuencia, tribunales, defensa/seguridad nacional, educación, salud, medio ambiente, energía, transporte, vivienda, accidentes y desastres naturales, religión e iglesias, trabajo y empleo, manifestaciones y protestas, problemas sociales, medios de comunicación, deportes, ciencia y tecnología, estilo de vida, cultura y entretenimiento y celebridades. Los editoriales y textos de opinión, así como las noticias del tiempo, horóscopo, suplementos, contenidos patrocinados, cartelera y pasatiempos no se incluyeron en el análisis de contenido.

Medidas y codificación

Para llevar a cabo la codificación se ha seguido la operacionalización propuesta por Mellado (2015) para medir la presencia de roles profesionales en las noticias, que ha sido validada en estudios previos (Mellado *et al.*, 2017; Mellado *et al.*, 2021; Humanes y Roses, 2018, Humanes *et al.*, 2021b).

El manual de codificación incluía las definiciones operativas del desempeño de los roles intervencionista, vigilante, leal-facilitador, de servicio, info-entretenimiento y cívico. Se utilizaron cinco indicadores para medir la presencia del rol de intervencionista, nueve indicadores midieron el rol vigilante, ocho indicadores midieron el rol de leal-facilitador, cinco indicadores midieron el rol de servicio, cinco indicadores midieron el rol de info-entretenimiento y nueve indicadores midieron el rol cívico (ver tabla 2). Cada indicador se midió sobre la base de presencia (1) o ausencia (0). En el caso de algunos indicadores, también codificamos para el actor o acción hacia la cual se dirigía el comentario del periodista o fuente. Transformamos esos indicadores en variables dicotómicas para calcular los roles principales y colocar todas nuestras medidas en la misma escala. Adicionalmente, y con base en

la fundamentación teórica de la literatura de desempeño de roles (Mellado *et al.*, 2017), asumimos que los roles periodísticos podrían coexistir. Por lo tanto, las medidas se trataron como no excluyentes entre sí.

La codificación fue realizada por cuatro codificadores que fueron previamente entrenados. Se realizaron análisis de fiabilidad pretest y se monitoreó el proceso de codificación para mejorar el acuerdo entre codificadores. Finalmente, se realizó una prueba posttest para determinar la confiabilidad de los codificadores en el proceso de codificación real. Utilizando el alfa (Ka) de Krippendorff, la fiabilidad intercodificador global final fue de 0.80 (en la tabla 2 se incluye el valor de Ka para cada rol).

Tabla 2

Indicadores de cada rol y nivel de fiabilidad intercodificador

Roles profesionales	Indicador
Rol intervencionista (Ka=.78)	Punto de vista/opinión del periodista
	Interpretación
	Llamada a la acción
	Uso de adjetivos calificativos
	Uso de la primera persona
Vigilante (Ka=.79)	Información sobre juicios o procesos administrativos
	Cuestionamiento por parte del periodista
	Cuestionamiento por parte de terceros
	Crítica por parte del periodista
	Crítica por parte de terceros
	Descubrimiento por parte del periodista
	Descubrimiento por parte de terceros
	Reportaje basado en investigaciones externas
	Reportaje de investigación
Rol Leal-facilitador (Ka=.87)	Defensa/apoyo de actividades
	Defensa/apoyo de políticas
	Imagen positiva de las élites
	Progreso/éxitos nacionales
	Comparación con otros países
	Triunfos nacionales

Roles profesionales	Indicador
	Promoción del país
	Patriotismo
Rol de servicio (Ka=.85)	Impacto sobre la vida diaria
	Sugerencias y consejos (quejas)
	Sugerencias y consejos (riesgos individuales)
	Información para los consumidores
	Consejos para los consumidores
Rol de info-entretenimiento (Ka=.78)	Personalización
	Vida privada
	Sensacionalismo
	Emociones
	Morbo
Rol cívico (Ka=.75)	Reacciones de los ciudadanos
	Demandas de los ciudadanos
	Credibilidad de los ciudadanos
	Educación sobre derechos y obligaciones
	Impacto local
	Impacto sobre comunidades sociales
	Cuestiones de los ciudadanos
	Información sobre actividades de los ciudadanos
	Apoyo a los movimientos sociales

Tras realizar análisis CFA, los indicadores individuales que comprenden cada dimensión se combinaron para generar una puntuación de rol final. Para fines descriptivos se calcularon puntajes brutos (puntos totales divididos por el total de ítems para cada rol). Los indicadores individuales que componen cada rol se combinaron así en una escala continua de 0 a 1. Una puntuación más alta expresa una mayor presencia de cada rol periodístico en las noticias, y viceversa. Se utilizaron puntuaciones factoriales para probar las diferencias en el desempeño de los roles analizados.

Resultados

La presencia de roles profesionales en la información deportiva

Los dos roles profesionales más presentes en la información sobre deportes son el intervencionista (Media=,27; Desviación típica= ,21) y el rol de info-entretenimiento (Media = ,17; Desviación típica = ,21), seguidos del rol vigilante (Media = ,05; Desviación típica = ,11) y el rol de servicio (Media = ,03; DT=,10), siendo casi inexistente la puesta en práctica de los roles leal (Media = ,02; Desviación típica = ,07) y cívico (Media = ,01; Desviación típica = ,05). Cuando se compara la presencia media de los roles en las noticias deportivas con su presencia en las noticias sobre el resto de las temáticas se observan diferencias estadísticamente significativas en todos los roles $t_{\text{intervencionista}} = 6,504, p = ,000$; $t_{\text{vigilante}} = -6,956, p = ,000$; $t_{\text{servicio}} = -5,489, p = ,000$; $t_{\text{info-entretenimiento}} = 8,654, p = ,000$; $t_{\text{cívico}} = -8,277, p = ,000$ menos en el leal ($t = 1,029, p = ,303$). La información deportiva es más intervencionista e incluye más info-entretenimiento, mientras se muestra menos vigilante y menos orientada al ciudadano que en el resto de las temáticas (ver figura 1).

Figura 1

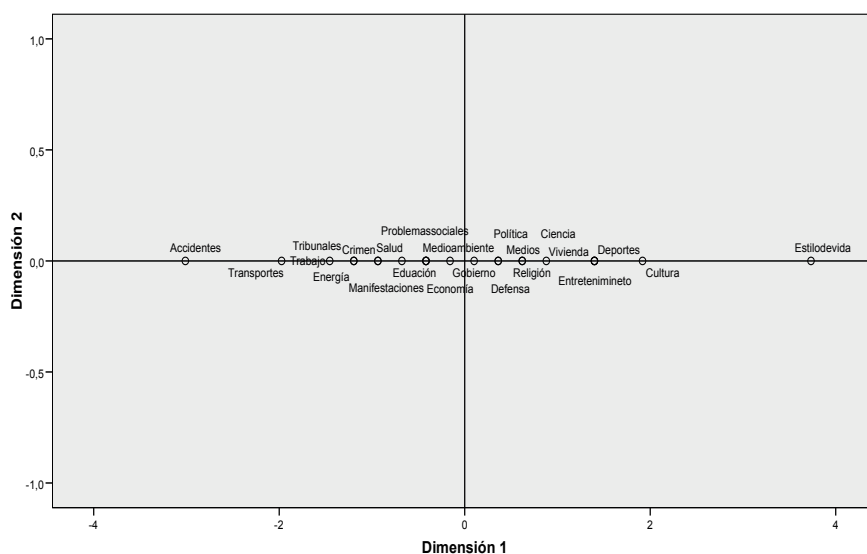
Presencia de los roles profesionales en las noticias deportivas y en el resto de las temáticas (medias)



Los análisis de escalamiento multidimensional para cada uno de los tres dominios en los que se reúnen los roles profesionales analizados nos permiten visualizar la proximidad de los contenidos deportivos respecto al resto de temáticas de manera desglosada. Así, en la dimensión intervencionista-diseminador (ver figura 2), la información deportiva presenta niveles de intervencionismo próximos a las noticias sobre cultura, vivienda o entretenimiento.

Figura 2

Posición de las temáticas respecto la dimensión intervencionista-diseminador

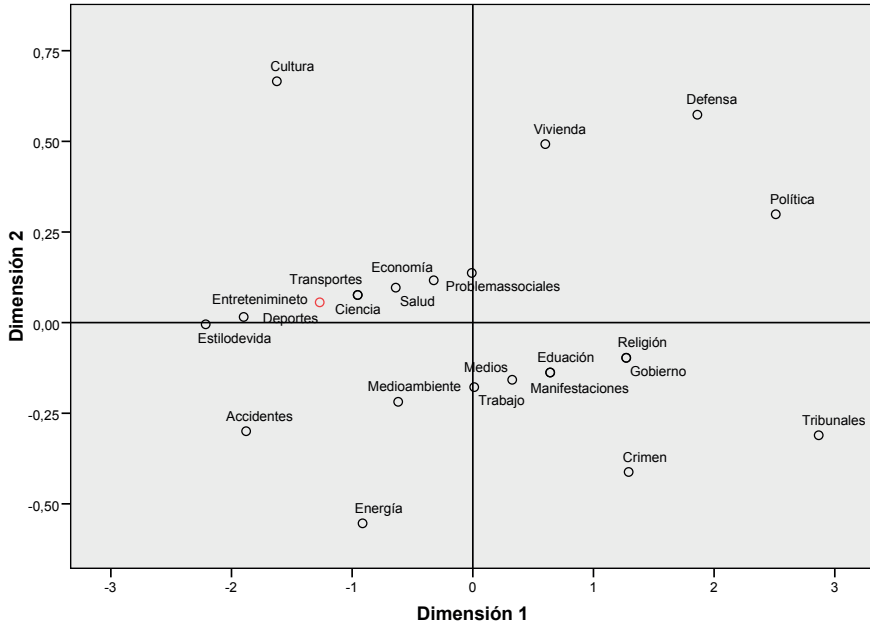


Stress = ,00000 RSQ = 1,00000

En el dominio relaciones con el poder (ver figura 3, donde la dimensión 1 representa el rol vigilante y la dimensión 2 el rol leal-facilitador) los contenidos deportivos se sitúan en el cuadrante izquierdo superior caracterizado por bajos niveles tanto en el rol vigilante como en el leal-facilitador, junto con las noticias de entretenimiento, ciencia, estilo de vida o salud.

Figura 3

Posición de las temáticas respecto a las dimensiones relacionadas con el rol

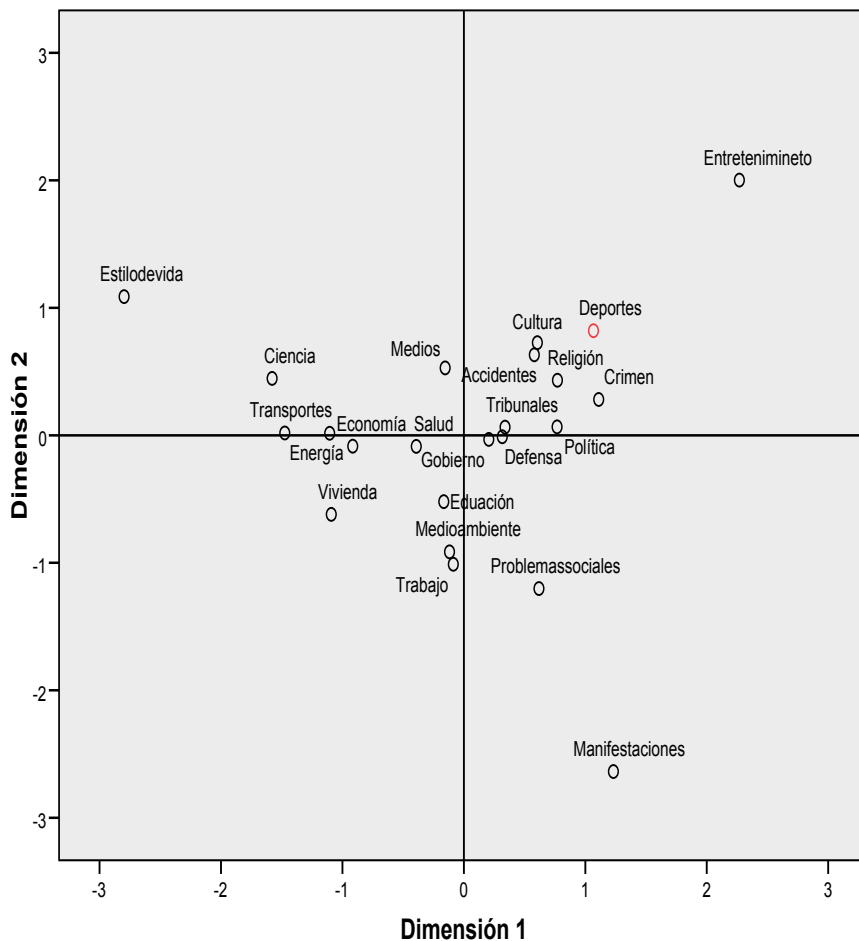


Stress = ,00000 RSQ = 1,00000

Finalmente, en el dominio abordaje de las audiencias (ver figura 4, donde el cuadrante superior izquierdo representa mayor presencia del rol de servicio, el cuadrante superior derecho representa mayor presencia del rol de info-entretención y el cuadrante inferior derecho representa mayor presencia del rol cívico), los contenidos deportivos se aproximan a las temáticas cultura, religión, crimen o tribunales, situadas en el cuadrante superior derecho, caracterizado por altos niveles del rol de info-entretención, bajos niveles del rol cívico y del rol de servicio.

Figura 4

Posición de las temáticas respecto a la dimensión 1 y 2 de las afecciones



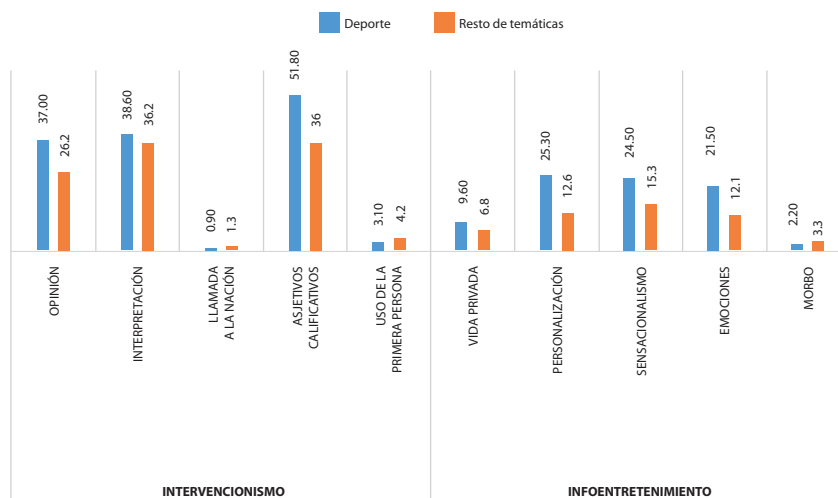
Stress = ,07450 RSQ = ,97961

Como se ha indicado, cada rol se caracteriza por la presencia de indicadores individuales. Nos centraremos aquí en los dos roles más presentes en la información deportiva, y que la distinguen del resto de contenidos in-

formativos. El rol intervencionista se manifiesta principalmente a través del uso de adjetivos calificativos, la interpretación y la opinión del periodista, siguiendo la misma tendencia que en el resto del contenido noticioso (figura 2), aunque se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la presencia de opinión ($X^2= 36,956$; $p=,000$) y en el uso de adjetivos calificativos ($X^2= 65,782$; $p= ,000$), que siempre son mayores en el caso de las noticias de deportes.

Figura 5

Indicadores de los roles intervencionista y de info-entretenimiento (%)



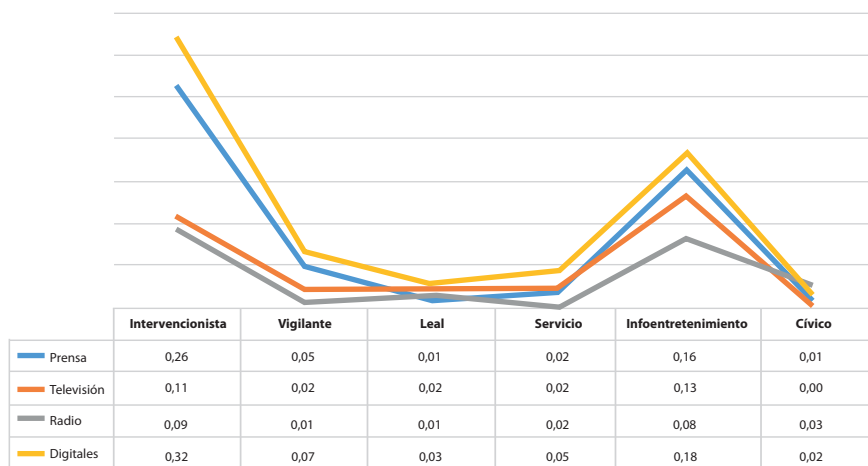
En el caso del rol de info-entretenimiento, destaca la personalización, el sensacionalismo y la presencia de emociones como recursos más frecuentes. Al comparar las noticias sobre deportes con el resto de las temáticas se han encontrado asociaciones estadísticamente significativas en las referencias a la vida privada ($X^2= 7,060$; $p= ,008$), la personalización ($X^2= 67,746$; $p= ,000$), el sensacionalismo ($X^2= 39,805$; $p= ,000$) y el recurso a las emociones ($X^2= 50,363$; $p= ,000$), siempre con mayor frecuencia en el caso de la información deportiva (ver figura 5).

Roles profesionales, información deportiva y plataformas mediáticas

Nuestra primera pregunta de investigación planteaba posibles diferencias en la puesta en práctica de los roles profesionales teniendo en cuenta la plataforma mediática. Todos los roles, excepto el rol cívico, están más presentes en los medios digitales, como se observa en la figura 6. Además, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre plataformas mediáticas en los roles intervencionista ($F= 23,308$; $p= ,000$; $\eta^2= ,113$), vigilante ($F= 4,265$; $p= ,005$; $\eta^2= ,023$), leal ($F= 5,105$; $p= ,002$; $\eta^2= ,027$) y de servicio ($F= 3,447$; $p= ,017$; $\eta^2= ,018$). Así, aunque en la mayoría de las plataformas la voz periodística predomina sobre los otros roles, los medios nativos digitales son los más intervencionistas, mientras que la radio y la televisión se caracterizan por una menor presencia de los periodistas y los medios con voz propia. También en los medios digitales es mayor la presencia de los roles vigilante, leal y de servicio. No se han encontrado diferencias entre tipos de medios para los roles de info-entretenimiento ($F= 2,090$; $p= ,101$) y cívico ($F= 1,482$; $p= ,218$).

Figura 6

Presencia de roles profesionales en las noticias deportivas en cuatro plataformas mediáticas (medias)



La emergencia de roles intermedios en las noticias deportivas

De los datos emergen varios roles intermedios, producto de la co-ocurrencia de roles. La correlación más fuerte se da entre los roles intervencionista y de info-entretenimiento ($r = ,266$), seguida de la hibridación del rol leal con el rol de info-entretenimiento ($r = ,179$) y del rol intervencionista con el rol leal ($r = ,161$). En este caso también se han encontrado similitudes y diferencias con el resto de las temáticas. La co-ocurrencia del intervencionismo con el info-entretenimiento es similar en casi todas las temáticas analizadas con la excepción de entretenimiento y celebridades, estilo de vida, medios, trabajo y empleo, energía, vivienda y accidentes. Las combinaciones del rol leal con el rol de info-entretenimiento y con el rol intervencionista también se encuentran en las noticias sobre transportes y salud, mientras que la hibridación del rol leal con el rol intervencionista noticias sobre educación, y la correlación del rol leal con el de info-entretenimiento en defensa y cultura.

Discusión y conclusiones

En este trabajo sobre la puesta en práctica de seis roles periodísticos en las noticias deportivas en medios de comunicación españoles se pretendía abordar en primer lugar cuáles de estos roles profesionales se materializan en mayor medida en la cobertura de estos acontecimientos. Los resultados han puesto de manifiesto que dos roles, el intervencionista y el de info-entretenimiento de lejos caracterizan a la información deportiva en España, junto a una escasa presencia de los otros roles, confirmándose las hipótesis 1 y 3. Estos datos son consistentes con los encontrados por Scherman y Mellado (2019) en el contexto chileno, y corroboran la concepción generalizada en la literatura sobre periodismo deportivo, que incide en verlo aún a través de la metáfora del “departamento de juguetes” (Rowe, 2007): una información frívola y alejada de la objetividad, que busca la captación de la máxima audiencia posible. Además, cuando se ha comparado la presencia de los roles en las noticias deportivas con su implementación en otras áreas temáticas, se ha puesto también de manifiesto este carácter distintivo, puesto que en ninguno de los otros tópicos analizados se reproduce el dominio de estos dos roles sobre el resto, salvo en la información sobre entretenimiento y celebridades. En este sentido, cuando se han analizado cada uno de los indicadores que forman estos dos roles predominantes en la información deportiva, se ha

encontrado que la opinión y el uso de adjetivos calificativos son los recursos más utilizados para hacer presente la voz periodística, y que la presencia de sensacionalismo, la personalización y la presencia de emociones es mayor que en el resto de los tópicos informativos.

La baja presencia del resto de roles debe ser también destacada, puesto que rebela la escasa preocupación de los medios en España por llevar el periodismo deportivo hacia nuevas prácticas más cercanas al periodismo vigilante o cívico, siguiendo así lo afirmado por la literatura especializada (Rowe, 2007; Boyle y Haynes, 2009; Henningham, 1995; Rowe, 2004). Así, como puede observarse en las figuras 3 y 4 las noticias deportivas se alejan de las temáticas donde más se pone en práctica tanto el periodismo crítico (tribunales, política o gobierno) como el periodismo cívico (manifestaciones y protestas, problemas sociales o trabajo y empleo). En contraste con uno de los rasgos más destacados del periodismo deportivo como es el fanatismo (English, 2017; Hardin *et al.*, 2009) o “periodismo de bufanda” (Márquez-Ramírez, 2021), en este estudio la presencia del rol leal-facilitador no es superior en los contenidos deportivos que en el resto. Estos resultados permiten confirmar parcialmente la hipótesis tercera de este trabajo en la que se preveía una escasa presencia del rol vigilante, pero no más predominio del rol leal-facilitador.

Por dominios, los análisis de escalamiento multidimensional han mostrado también la proximidad de las noticias deportivas con aquellas relacionadas con el entretenimiento y las celebridades, y con tópicos más relacionados con las *soft news*. Así, en los dos roles que tienen que ver con las relaciones con el poder, las noticias de deportes se aproximan a aquellas sobre estilo de vida, entretenimiento, transportes o ciencia.

El segundo objetivo de este trabajo (PI1) planteaba posibles diferencias en el desempeño de los roles periodísticos atendiendo a la plataforma mediática (prensa, radio, televisión o periódicos nativos digitales), partiendo de estudios previos (Hallin y Mellado, 2018; Mellado y Scherman, 2019; Mellado *et al.*, 2021) que han encontrado influencias entre el tipo de medio y el nivel de puesta en práctica de los roles profesionales. En nuestro caso la plataforma mediática ha marcado diferencias significativas sobre todo en el rol intervencionista ($\eta^2 = .113$), el rol vigilante ($\eta^2 = .023$) y leal-facilitador ($\eta^2 = .027$), siempre con mayor presencia en los diarios nativos digitales, que podrían encaminarse hacia una práctica periodística propia y diferenciada del resto de las plataformas, en concreto con mayor presencia del periodismo vigilante, como puede observarse en la Figura 6. Este hallazgo coincidiría

con los encontrados por Perreault y Bell (2020) en su estudio sobre percepciones de periodistas deportivos en medios digitales, quienes se identificaron con el periodismo vigilante.

La segunda pregunta de investigación se refería a la emergencia de posibles roles intermedios producto de la co-ocurrencia de los roles puros. En este caso, el rol de info-entretenimiento está presente en dos de las tres combinaciones más fuertes, lo que se explicaría como recurso para captar más audiencia. La combinación del rol intervencionista y del rol de info-entretenimiento dará lugar a un periodismo deportivo más narrativo y expresivo, mientras que la combinación del rol de info-entretenimiento con el rol leal-facilitador deriva en noticias, que se aproximarían a lo dicho por Reed (2018): “Sports writers’ use of colorful, entertaining styles of writing are still part of modern sports jargon and “hero creation” [El uso de estilos de escritura coloristas y entretenidos por parte de los escritores deportivos sigue siendo parte de la jerga deportiva moderna y de la “creación de héroes”]. El tercer rol emergente que surge combina la presencia del rol intervencionista con el rol leal, y aunque su puesta en práctica no es muy frecuente, sería un ejemplo del “periodismo de bufanda”.

Finalmente, los resultados del trabajo permiten concluir que el periodismo deportivo en España se centra en cumplir dos funciones fundamentales, la de crear opinión y la de entretener, sobre las que descansa su modelo periodístico. Solo los diarios nativos digitales se diferencian ligeramente al mostrarse más críticos.

No obstante, hay que señalar, algunas limitaciones del trabajo. En primer lugar, solo se han analizado medios generalistas, por lo que en un futuro debería ampliarse el análisis a medios especializados para comparar diferencias y similitudes con los resultados actuales. Por otra parte, los resultados en España deberían compararse con estudios similares en contextos con sistemas de medios diferentes.

Apoyos

Esta investigación fue realizada en el marco del Proyecto de Investigación «Modelos de Periodismo en el contexto multiplataforma» del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (CSO2017-82816-P).

Referencias bibliográficas

- Becker, L. B. y Vlad, T. (2009). News organizations and routines. En K. Wahl-Joergensen y T. Hanitzsch (eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 79-92). Routledge.
- Boyle, R. (2017). Sports journalism: Changing journalism practice and digital media. *Digital Journalism*, 5(5), 493-495. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1281603>
- Boyle, R. y Haynes, R. (2013). Sports journalism and social media: A new conversation? En *Digital Media Sport* (pp. 222-236). Routledge.
- Boyle, R., Rowe, D. y Whannel, G. (2012). “Delight in Trivial Controversy?” Questions for sports journalism’. En S. Allan (ed.), *Routledge Companion to News and Journalism Studies* (pp. 245-255.). Routledge.
- Cassidy, W. P. (2017). *Sports journalism and coming out stories: Jason Collins and Michael Sam*. Springer.
- Daum, E. y Scherer, J. (2018). Changing work routines and labour practices of sports journalists in the digital era: a case study of Postmedia. *Media, Culture & Society*, 40(4), 551-566. <https://doi.org/10.1177/0163443717714992>
- Doyle, G. (2006). Financial news journalism: A post-Enron analysis of approaches towards economic and financial news production in the UK. *Journalism*, 7(4), 433-452. <https://doi.org/10.1177/1464884906068361>
- Donsbach, W. (2012). ‘Journalists’ Role Perception. En W. Donsbach, *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell. <http://doi:10.1002/9781405186407.wbiecj010.pub2>
- English, P. (2017). Cheerleaders or Critics? *Digital Journalism*, 5(5), 532-548. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1209082>
- Ericson, R., Baranek, P. y Chan, J. (1989) *Negotiating Control*. Open University Press.
- Garrison, B. y Salwen, M. (1989). Newspaper sports journalists: A profile of the “profesión”. *Journal of Sport and Social Issues*, 13(2), 57-68. <https://doi.org/10.1177/019372358901300201>
- Hallin, D. y Mellado, C. (2018). Serving consumers, citizens or elites: Democratic roles of journalism in Chilean newspapers and television news. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 24-43. <https://doi.org/10.1177/1940161217736888>
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication theory*, 17(4), 367-385. <http://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>

- Hardin, M. (2005). Stopped at the gate: Women's sports, "reader interest," and decision making by editors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(1), 62-77. <https://doi.org/10.1177/107769900508200105>
- Hardin, M., Zhong, B. y Whiteside, E. (2009). Sports coverage: "Toy department" or public-service journalism? The relationship between reporters' ethics and attitudes toward the profession. *International Journal of Sport Communication*, 2(3), 319-339. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2.3.319>
- Hellmueller, L. y Mellado, C. (2016). Watchdogs in Chile and the United States: Comparing the networks of sources and journalistic role performances. *International Journal of Communication*, 10(20), 3261-3280. <https://bit.ly/3ljG4eZ>
- Henningham, J. (1995). A profile of Australian sports journalists. *ACHPER Healthy Lifestyles Journal*, (149), 13-17.
- Humanes, M. L., Mellado, C., Mothes, C., Silke, H., Raemy, P. y Panagiotou, N. (2021a). Assessing the Co-Occurrence of Professional Roles in the News: A Comparative Study in Six Advanced Democracies. *International Journal of Communication*, 15, 3558-3579. <https://bit.ly/3I5F4E5>
- Humanes, M. L., Alcolea-Díaz, G. y González-Lozano, M. (2021b). Materialización de los modelos de periodismo en los informativos de televisión del Grupo Atresmedia: Antena 3 y La sexta. *Profesional de la información*, 30(5). <http://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.14>
- Humanes, M. L. y Roses, S. (2018). Journalistic role performance in the Spanish national press. *International Journal of Communication*, 12, 1032-1053. <https://bit.ly/3HKOYJI>
- Lowe, M. D. (1999). *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news*. University of Toronto Press.
- Márquez Ramírez, M. (2021). Limitantes a la profesionalización del Periodismo Deportivo en México: las lógicas del sistema de medios y la cultura periodística. En *Cómo hacer periodismo deportivo: Una visión iberoamericana* (pp. 69-94). Universidad de Sevilla.
- Márquez-Ramírez, M. y Rojas Torrijos, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos. info*, 40, 173-188. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.40.1009>
- Mellado, C. (2021). Theorizing Journalistic Roles. En C. Mellado (ed.), *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective* (22-25). Routledge.

- Márquez-Ramírez, M., Mellado, C., Humanes, M. L., Amado, A., Beck, D., Davydov, S., ... y Wang, H. (2020). Detached or interventionist? Comparing the performance of watchdog journalism in transitional, advanced and non-democratic countries. *The International Journal of Press/Politics*, 25(1), 53-75. <https://doi.org/10.1177/1940161219872155>
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), 596-614. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276>
- Mellado, C., Hellmueller, L. y Donsbach, W. (eds.) (2017). *Journalistic role performance: Concepts, contexts, and methods*. Routledge.
- Mellado, C., Humanes, M. L., Scherman, A. y Ovando, A. (2021). Do digital platforms really make a difference in content? Mapping journalistic role performance in Chilean print and online news". *Journalism*, 22(2), 358-377. <https://doi.org/10.1177/1464884918792386>
- Mellado, C. y Van Dalen, A. (2017). Changing times, changing journalism: A content analysis of journalistic role performances in a transitional democracy. *The International Journal of Press/Politics*, 22(2), 244-263. <http://doi.org/10.1177/1940161217693395>
- Mellado, C. y Vos, T. (2017). Conceptualizing journalistic role performance across platforms. In C. Mellado, L. Hellmueller & W. Donsbach (eds.), *Journalistic role performance: concepts, contexts and methods* (pp. 106-24). Routledge.
- Mellado, C., Márquez-Ramírez, M., Mick, J., Oller-Alonso, M. y Olivera, D. (2017). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism*, 18(9), 1087-1106. <https://doi.org/10.1177/1464884916657509>
- Perreault, G. y Ferrucci, P. (2020). What is digital journalism? Defining the practice and role of the digital journalist. *Digital Journalism*, 8(10), 1298-1316. <http://doi.org/10.1080/21670811.2020.1848442>
- Reed, S. (2018). Practice makes perfect? A longitudinal study of experiential learning in sports journalism. *Teaching journalism & mass communication*, 8(2), 38-46. <https://bit.ly/40Dctgz>
- Reich, Z. (2012). Different practices, similar logic: Comparing news reporting across political, financial, and territorial beats. *The International Journal of Press/Politics*, 17(1), 76-99. <https://doi.org/10.1177/1940161211420868>

- Rojas-Torrijos, J. L. (2015). La creciente banalización de los contenidos deportivos. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 31, 48-56. <http://bit.ly/3DRkO6K>
- Rowe, D. (2004). *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*, 2nd ed. Open University Press.
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: still the toy department of the news media? *Journalism*, 8(4), 385-405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Salwen, M. B. y Garrison, B. (1987). Sports and politics: Los Angeles Times' coverage of the 1984 Summer Olympic Games. *Newspaper research journal*, 8(2), 43-51. <https://doi.org/10.1177/0739532987008002>
- Scherman, A. y Mellado, C. (2019). La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra Clave*, 22(3). <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.8>
- Tandoc, E., Raemy, P., Pasti, S. y Panagiotou, N. (2020). Journalistic Role Performance: A News-Story-Level Approach. In C. Mellado (ed.), *Beyond Journalistic Norms* (pp. 167-185). Routledge.
- Walsh, D. (2013). *Seven deadly sins: My pursuit of Lance Armstrong*. Simon and Schuster.
- Wang, H., Sparks, C., Lü, N. y Huang, Y. (2017). Differences within the mainland Chinese press: a quantitative analysis. *Asian Journal of Communication*, 27(2), 154-171. <http://doi.org/10.1080/01292986.2016.1240818>