



**Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar**

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

**Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TEMA:

**EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y
OPORTUNIDADES EN LA COBERTURA DE EVENTOS FUTBOLÍSTICOS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación basada en datos y tecnologías emergentes

AUTOR:

Ángel Rodolfo Macías Cantos

TUTOR:

Lic. Carlos Laureano Cedeño Moreira, Mg.

**Manta – Manabí – Ecuador
2024**

TEMA:

EL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y
OPORTUNIDADES EN LA COBERTURA DE EVENTOS FUTBOLÍSTICOS

CERTIFICADO DE AUTOR


Yo, Macías Cantos Ángel Rodolfo, portador de la cédula de ciudadanía No.1315715050, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “Periodismo deportivo en la era digital: Desafíos y oportunidades en la cobertura de eventos futbolísticos”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Ángel Rodolfo Macías Cantos

C.I. 1315715050

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2
		Página 4 de 36

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la carrera de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría de la estudiante Macías Cantos Ángel Rodolfo, legalmente matriculado/a en la carrera de Comunicación, período académico 2024(1)-2024(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Ensayo académico cuyo tema del proyecto es “PERIODISMO DEPORTIVO EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA COBERTURA DE EVENTOS FUTBOLÍSTICOS”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 20 de diciembre de 2024

Lo certifico,



Lic. Carlos Cedeño Moreira, Mg.

DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTOS

Quisiera comenzar expresando mi más sincero agradecimiento a mi tutor de ensayo académico, el Lic. Carlos Cedeño Moreira, su guía no solo me proporcionó claridad académica, sino también motivación en momentos de duda. Su insistencia y su mano dura me impulsó a seguir adelante y a terminar antes del tiempo establecido.

A mi familia, especialmente a mis padres, Ángel Macías y Lenny Cantos, les agradezco profundamente su amor incondicional y su apoyo constante. Su confianza en mí ha sido el motor que me permitió completar este camino. A mi hermana, por sus palabras de aliento, por sus consejos en los momentos más oportunos, por ella y por ellos es que no he decaído en ningún momento, ellos han sido mi más grande motivación y mi fortaleza para este camino.

De manera especial a mi enamorada María Emilia Vera, parte fundamental de este camino universitario, quien llegó en un momento preciso de mi vida y me ha enseñado que todo es para adelante, que no hay que mirar hacia atrás al menos que desees ver cuanto has avanzado.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Ángel Macías y Lenny Cantos que de manera incansable me han apoyado desde el día uno, sin dejarme un instante solo, todo lo que hago es gracias a ellos y por ellos. Cada sacrificio que han realizado, cada trabajo duro o cada decisión en mi nombre ha sido el fundamento de mi éxito.

¡Todo por ellos!

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
Desarrollo Temático.....	13
Desafíos del periodismo deportivo en la era digital.....	15
Oportunidades emergentes en la cobertura futbolística.....	18
Plataformas principales de streaming.....	20
Monetización en los espacios digitales de fútbol.....	23
Cobertura deportiva en redes sociales.....	25
Periodismo deportivo digital en Ecuador.....	27
Conclusiones.....	31
Referencias bibliográficas.....	33

Resumen

El ensayo examina de qué manera la digitalización ha transformado de forma significativa el periodismo deportivo, especialmente en la cobertura de eventos de fútbol. Los medios digitales han permitido una mayor inmediatez y accesibilidad de la información, lo que obliga a los periodistas a adaptarse a nuevas herramientas y plataformas, como las redes sociales y las aplicaciones móviles. Con la llegada de creadores de contenido independientes, los periodistas tradicionales se enfrentan a una competencia feroz y deben destacar mediante habilidades multimedia y enfoques innovadores. Además, el ensayo analiza cómo estos cambios benefician tanto a la cobertura periodística como al interés de los aficionados, quienes ahora pueden participar activamente en la conversación sobre deportes. A través de un enfoque cualitativo, el trabajo investiga los desafíos y oportunidades que presentan los medios digitales, así como sus efectos en el periodismo deportivo en Ecuador.

Palabras clave: Periodismo deportivo, Era digital, Cobertura futbolística, Redes sociales, Plataformas digitales.

Abstract

The essay examines how digitalization has significantly transformed sports journalism, particularly in football event coverage. Digital media have enabled greater immediacy and accessibility of information, which requires journalists to adapt to new tools and platforms, such as social networks and mobile applications. With the rise of independent content creators, traditional journalists face fierce competition and must stand out through multimedia skills and innovative approaches. Furthermore, the essay analyzes how these changes benefit both journalistic coverage and fan engagement, as audiences can now actively participate in the conversation about sports. Through a qualitative approach, this work explores the challenges and opportunities presented by digital media, as well as its effects on sports journalism in Ecuador.

Keywords: Sports journalism, Digital era, Football coverage, social networks, Digital platforms.

Introducción

La expansión de los medios digitales ha transformado profundamente el periodismo deportivo, especialmente en la cobertura de eventos futbolísticos. Este cambio ha generado tanto desafíos como oportunidades, exigiendo una adaptación constante por parte de los periodistas. En la era digital, la rapidez y la accesibilidad de la información son cruciales, permitiendo a los aficionados recibir actualizaciones en tiempo real a través de diversas plataformas digitales como redes sociales, aplicaciones móviles y sitios web especializados.

Además, la competencia en el ámbito del periodismo deportivo se ha intensificado debido a la baja barrera de entrada para nuevos creadores de contenido, incluyendo blogueros y expertos en redes sociales. Esto ha obligado a los periodistas a desarrollar habilidades multimedia y a diferenciarse con voces únicas y perspectivas frescas.

De acuerdo con Boyle (2017), los medios digitales no solo han cambiado la forma de consumir noticias deportivas, sino también la manera en que se generan y distribuyen, requiriendo de los periodistas una mayor versatilidad y competencia en el uso de herramientas digitales y análisis de datos. Este fenómeno ha llevado a una mayor interacción y compromiso de los aficionados durante todo el año, no solo durante los eventos deportivos, sino también en las temporadas bajas, lo que presenta una oportunidad significativa para mantener la relevancia y el interés del público.

Entender cómo estos cambios afectan a diferentes grupos demográficos, desde jóvenes aficionados hasta seguidores de mayor edad, es esencial para desarrollar estrategias efectivas que aprovechen las oportunidades del entorno digital

mientras se abordan sus desafíos. La investigación y la adaptación continua son claves para el éxito en el periodismo deportivo en la era digital.

En este contexto, surge la necesidad de examinar los desafíos y oportunidades que los medios digitales presentan en la cobertura de eventos futbolísticos. Las cuestiones que rodean este problema incluyen la transformación de los patrones de comunicación, la construcción de narrativas deportivas en entornos virtuales, la influencia en la percepción del juego y la posible formación de burbujas informativas deportivas.

Además, se plantea la incertidumbre sobre cómo estos cambios afectan a diferentes actores dentro del ecosistema del fútbol, desde los periodistas y los clubes deportivos hasta los aficionados y los patrocinadores. Duncan (2020) argumenta que los nuevos medios han introducido formas innovadoras de narrar y consumir deportes, creando oportunidades para involucrar a los aficionados de maneras más interactivas y personalizadas.

En última instancia, comprender las reflexiones teóricas sobre la influencia de los medios digitales en el periodismo deportivo no solo es crucial para anticipar y abordar los posibles desafíos emergentes, sino también para informar el desarrollo de prácticas y estrategias que promuevan una cobertura informativa saludable y consciente en el contexto de la era digital. Es esencial comprender el impacto de estos medios en el periodismo deportivo, tanto en sus aspectos positivos como negativos. Para lograrlo, se empleó un método cualitativo que incluyó una minuciosa revisión bibliográfica con el fin de proporcionar una descripción detallada de las teorías existentes, identificando diversos métodos y conceptos clave relacionados con la influencia de los medios digitales en la cobertura de eventos futbolísticos.

En este ensayo se abordaron temas clave como el periodismo deportivo digital, los desafíos del periodismo deportivo en la era digital, las oportunidades emergentes en la cobertura futbolística, y un método específico sobre el periodismo deportivo en línea en Ecuador, con el fin de ofrecer una visión integral del impacto de los medios digitales en este ámbito.

Desarrollo Temático

Periodismo deportivo en la era digital

Márquez y Rojas (2017), distinguen que las noticias deportivas se caracterizan por ser entretenidas y proporcionar información relevante sobre una variedad de eventos deportivos que atraigan a la audiencia. Además, esta actividad, que se encuentra en una posición intermedia entre el infoentretenimiento y el periodismo convencional, también genera una gran cantidad de ingresos. Las noticias deportivas pueden llegar a una amplia audiencia, desde fanáticos ocasionales hasta seguidores apasionados, gracias a la combinación de contenido entretenido e informativo, lo que aumenta su impacto y rentabilidad.

Consecuentemente, la conexión entre el mundo del deporte y los medios de comunicación se ha fortalecido significativamente. Ambos sectores dependen cada vez más el uno del otro para prosperar económicamente y llegar a un público más amplio. Esta relación simbiótica ha evolucionado considerablemente: el deporte se beneficia de la exposición mediática para aumentar su audiencia y generar ingresos, mientras que los medios encuentran en el deporte una fuente constante de interés popular para alimentarlo. (Pahuacho, 2018).

El mismo autor señala que los eventos deportivos no solo son noticias sino también productos mediáticos que generan grandes audiencias y, por ende, ingresos publicitarios sustanciales. Esto convierte al deporte en un pilar esencial dentro de la programación de los medios.

Rojas (2018) sostiene que “el deporte se constituye como un elemento diferenciador de las parrillas de programación y como un pilar del negocio en torno al cual se realizan grandes inversiones que persiguen mejorar la cuenta de resultados

de las empresas periodísticas” (p.134). Esta afirmación subraya la importancia estratégica del contenido deportivo para las empresas de medios, que invierten considerablemente en derechos de transmisión y producción de contenido relacionado para asegurar su competitividad y relevancia en el mercado.

Sin embargo, las fronteras del periodismo deportivo han ido expandiéndose con la llegada de nuevos actores no tradicionales en el entorno digital, como blogueros, streamers, influencers y medios de equipos deportivos, que están asumiendo roles y tareas percibidos como periodísticos por las audiencias (Rojas & Nölleke, 2023). La democratización en la creación de contenido ha facilitado que tanto individuos como organizaciones ajenas a los medios tradicionales se establezcan como fuentes válidas de información deportiva. Este fenómeno ha puesto en duda el monopolio informativo que históricamente han ejercido los medios convencionales. En lugar de depender únicamente de las grandes cadenas de comunicación, los aficionados ahora pueden acceder a una variedad de perspectivas y análisis a través de plataformas digitales, blogs y redes sociales.

En consecuencia, de la aparición de competidores periféricos, la primacía del periodismo deportivo en la difusión de noticias deportivas ha sido cuestionada. Esta dinámica ha provocado un entorno mediático más complejo y desafiante para los medios tradicionales establecidos. La irrupción de nuevas plataformas y actores ha fragmentado la audiencia, obligando a los medios tradicionales a reconsiderar sus estrategias y adaptarse a un panorama donde la información es abundante y la competencia por la atención del público es feroz. Esta situación requiere que los medios establecidos innoven y refinen continuamente sus prácticas para mantenerse relevantes y creíbles en un mercado saturado de información. (Rojas & Nölleke, 2023).

Ante esto, los mismos autores destacan que la expansión de actores y plataformas en el escenario digital contemporáneo obligan a reconsiderar quién debe ser considerado periodista, sino que, más importante aún, nos lleva a repensar cómo debería realizarse el periodismo deportivo de calidad. La aparición de estas nuevas figuras en el ámbito digital está transformando los estándares y prácticas del periodismo deportivo, señalando la necesidad de adaptarse a un entorno que está en constante evolución para mantener la relevancia y credibilidad ante la audiencia. Esta situación desafía a los profesionales del periodismo deportivo a innovar en sus métodos y ser más críticos y rigurosos en su práctica, para así poder destacar en un mercado saturado de información.

El periodismo deportivo ha experimentado una transformación significativa, impulsada por teorías como la de la convergencia mediática de Henry Jenkins (2006), que sostiene que los medios se combinan en plataformas digitales, promoviendo la interacción entre productores y consumidores de contenido. La hibridación de géneros se refiere a la fusión de formas periodísticas tradicionales y digitales, enriqueciendo la narración deportiva mediante texto, video e infografías. Por otro lado, la participación activa del usuario según Axel Bruns (2008), destaca cómo los aficionados influyen la cobertura deportiva a través de redes sociales, mientras que la desintermediación de Clay Shirky (2008) propone que la tecnología elimina los intermediarios tradicionales, permitiendo un acceso directo a la información. Estas teorías demuestran cómo el periodismo deportivo se adapta y evoluciona en un entorno mediático digital y participativo.

Desafíos del periodismo deportivo en la era digital

Las tecnologías modernas están moldeando el futuro al ofrecer múltiples caminos posibles. En este contexto, los medios tradicionales están adaptándose a las

nuevas tecnologías, mientras que los medios que ya nacieron en el entorno digital están continuamente experimentando e innovando para expandirse y conquistar nuevas audiencias y mercados.

Por lo tanto, "las tecnologías actuales indican el camino al futuro con varias opciones y con unos medios migrantes y otros nativos digitales que experimentan e innovan para conquistar nuevos territorios" (Pérez et al., 2020, p.133). En base a ello, las tecnologías de hoy están marcando el rumbo hacia el futuro, ofreciendo muchas posibilidades. Por un lado, hay medios que están haciendo la transición de lo tradicional a lo digital, mientras que otros ya nacieron en el entorno digital. Ambos buscan innovar y probar cosas nuevas para conquistar, nuevos espacios

En otro conjunto de ideas, acercándonos más a los desafíos del periodismo deportivo digital, Martínez (2023) señala que las nuevas rutinas que incorporan el uso de redes sociales en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo presentan numerosos desafíos a la hora de informar. Por lo tanto, esto destaca la importancia del conocimiento y las habilidades del periodista profesional en el manejo de las TICs, redes sociales y otras plataformas digitales para transmitir diversos contenidos de manera efectiva. Asimismo, la capacidad de adaptarse a estas herramientas digitales se convierte en un elemento crucial para mantener la calidad y la precisión en la información deportiva. En consecuencia, los periodistas deportivos deben estar continuamente actualizándose y mejorando sus competencias digitales para enfrentar los retos del entorno mediático moderno.

En esta misma línea de ideas, el mismo autor resalta que los periodistas deportivos enfrentan hoy un desafío más significativo que en años anteriores debido a la creciente presencia de exfutbolistas y otros deportistas retirados en los medios de

comunicación, quienes analizan y comentan encuentros deportivos. Además, esta tendencia se ha expandido con la incorporación de perfiles no tradicionales en el ámbito periodístico, como youtubers, instagramers y populares streamers, que ahora participan activamente en los medios deportivos. Estos nuevos actores no solo comentan, sino que también producen contenido informativo sobre encuentros y competiciones deportivas, lo que ha transformado las dinámicas tradicionales del periodismo deportivo.

“Las redes sociales son espacios virtuales que permiten la comunicación e interacción entre usuarios de todo el mundo y se han convertido en la actualidad en un medio fundamental” (Martínez, 2023, p.6). Las redes sociales se han convertido en el principal espacio virtual para la comunicación e interacción entre usuarios de todo el mundo especialmente relevante en el periodismo deportivo digital actual. Estas plataformas han revolucionado la manera en que se produce y consume información deportiva, permitiendo a los periodistas y comentaristas llegar a una audiencia global de manera instantánea y directa.

Dentro de lo que corresponde al periodismo deportivo, las redes sociales sirven como canales para la difusión de noticias y análisis, pero también facilitan la participación de los usuarios en las conversaciones deportivas. Los aficionados pueden interactuar con los contenidos, expresar opiniones y acceder a información en tiempo real sobre eventos deportivos desde cualquier lugar del mundo y es lo que en la actualidad más se observa.

Basándose en una de las principales herramientas del actual periodismo deportivo, Santillán (2019) afirma que “los periodistas pasaron a tener su propio teléfono móvil inteligente, a partir de lo cual las noticias se dan con un amplio

sentido multiplataforma” (p.91). Lo que abre a una interpretación de que esta tecnología ha permitido que los reporteros capturen, editen y publiquen información de manera inmediata y eficiente, sin las limitaciones de equipos voluminosos y procesos de edición tradicionales.

La capacidad de los periodistas para operar desde cualquier lugar y en cualquier momento ha facilitado una cobertura noticiosa más rápida y versátil, representado un desafío considerable para los periodistas de generaciones anteriores.

Oportunidades emergentes en la cobertura futbolística

La cobertura futbolística ha experimentado una transformación significativa en la era digital, abriendo nuevas oportunidades para los periodistas deportivos. Según el artículo de MIT Technology Review, (2020) la inteligencia artificial y el análisis de datos están transformando el mundo del fútbol al ofrecer estadísticas en tiempo real y análisis de rendimiento que eran completamente inimaginables hace solo unos años. Estas innovaciones, junto con avances en la transmisión en vivo, realidad aumentada y virtual, y las redes sociales, están redefiniendo cómo se informa y se consume el fútbol en la actualidad.

Los servicios de transmisión en vivo han revolucionado la forma en que los aficionados acceden a los partidos, permitiéndoles ver sus equipos favoritos desde cualquier lugar y en cualquier momento. Plataformas como DAZN, ESPN+ y Amazon Prime Video han aprovechado esta oportunidad, ofreciendo una cobertura extensa y accesible. Además, la realidad aumentada y la realidad virtual están comenzando a ofrecer experiencias inmersivas, permitiendo a los aficionados vivir los partidos de una manera completamente nueva, con vistas de 360 grados del estadio y repeticiones en realidad virtual.

“Precisamente esa convivencia de formatos, plataformas y canales audiovisuales se hace aún más evidente en las retransmisiones deportivas” (Marín et al. 2022, p.331). Los eventos deportivos ya no se limitan a la transmisión tradicional por televisión, sino que se han adaptado y diversificado en múltiples plataformas digitales y canales de streaming. Esta convergencia tecnológica ha ampliado significativamente la accesibilidad y la experiencia para los espectadores, quienes ahora pueden seguir los eventos en tiempo real desde sus dispositivos móviles, computadoras y televisores inteligentes.

Esta transformación no solo beneficia a los espectadores y patrocinadores, sino que también abre nuevas oportunidades para los periodistas deportivos emergentes. En la era digital, los nuevos periodistas tienen la posibilidad de explorar y desarrollar habilidades en múltiples plataformas, desde la redacción tradicional para medios impresos y digitales hasta la producción de contenido multimedia para redes sociales, podcasts y transmisiones en vivo.

La diversificación de plataformas también significa que hay una demanda creciente de contenido especializado y análisis en tiempo real. Los periodistas deportivos pueden aprovechar herramientas avanzadas de análisis de datos e inteligencia artificial para ofrecer ideas más profundas sobre el rendimiento de los equipos y los jugadores. Esto no solo aumenta la relevancia y el alcance de su trabajo, sino que también les permite desarrollar una audiencia fiel y establecerse como autoridades en áreas específicas del deporte.

Según Giménez (2017), los periodistas deportivos gracias al uso de las redes sociales, han adquirido la capacidad de mantener una comunicación activa y continua con su audiencia las 24 horas del día. Esta capacidad no solo les permite actualizar

inmediatamente cualquier desarrollo o noticia relevante en el mundo del deporte, sino también establecer un canal directo de interacción con los seguidores. Al publicar regularmente actualizaciones, análisis y opiniones en plataformas como Twitter, Facebook e Instagram, los periodistas pueden mantener a los aficionados informados en tiempo real sobre eventos deportivos, transferencias de jugadores, lesiones y cualquier otro aspecto que impacte en la industria deportiva.

La convergencia de formatos y plataformas en las retransmisiones deportivas representan una oportunidad emocionante para los nuevos periodistas deportivos, quienes pueden aprovechar la tecnología y la diversificación mediática para expandir sus habilidades y hacer una contribución significativa al campo del periodismo deportivo en la era digital.

Plataformas principales de streaming

En referencia a la página web Perú21 (2023) indica que, en la era digital, los fanáticos del deporte tienen más opciones que nunca para disfrutar de sus eventos favoritos. Gracias a la modernidad de los servicios de streaming, el deporte se puede ver una y otra vez, sin restricciones de tiempo ni espacio. Hoy en día, las plataformas no solo ofrecen transmisiones en vivo de ligas deportivas globales, sino también la posibilidad de acceder a contenido exclusivo, repeticiones de partidos y una experiencia más personalizada.

De acuerdo con la presente página web, estas son las principales plataformas en el mundo deportivo:

Sling

Es una plataforma de streaming con sede en Estados Unidos que ofrece una amplia gama de contenidos deportivos, aunque no está disponible en todos los países.

Los usuarios en Estados Unidos pueden acceder a una variedad de canales que cubren varios deportes populares, como el baloncesto, el fútbol americano y el fútbol. Entre los canales más destacados se encuentran ESPN, TNT y TBS, que transmiten eventos importantes como la NBA, la NFL y ligas de fútbol internacionales. Además, la plataforma cubre otros deportes como el golf y el tenis, lo que la convierte en una opción versátil para los aficionados al deporte.

Hulu + LiveTV

Combina la transmisión en vivo con una extensa biblioteca de contenido bajo demanda, aunque no está disponible en todos los mercados. Esta plataforma es ideal para los amantes del deporte, ya que ofrece una amplia selección de canales dedicados a eventos deportivos en diversas disciplinas. Los suscriptores pueden acceder a ESPN, FS1, CBS Sports y otros canales, lo que les permite seguir partidos de baloncesto, fútbol americano y deportes universitarios, entre otros. Hulu + LiveTV suele estar disponible en paquetes junto con Disney Plus y ESPN+, lo que amplía aún más su oferta deportiva.

Star Plus

Disponible en varias regiones de Latinoamérica, es una plataforma de streaming dirigida a una audiencia más adulta, con una variada oferta deportiva. Los aficionados al deporte pueden disfrutar de una amplia gama de eventos en vivo, desde boxeo y rugby hasta fútbol de alto nivel. Entre sus competiciones más destacadas se encuentran la Champions League, la Copa Libertadores, las principales ligas de fútbol europeo, y eventos de la NFL y la NBA. Además, Star Plus incluye transmisiones de deportes más especializados, como el golf y las artes marciales mixtas, lo que la convierte en una opción atractiva para los fanáticos de diferentes disciplinas.

ESPN+

Es un servicio de streaming que, aunque no está disponible en todos los países, es una de las plataformas deportivas más populares en Estados Unidos. Ofrece una vasta cobertura de deportes tanto tradicionales como menos conocidos. Los suscriptores pueden disfrutar de partidos de hockey sobre hielo de la NHL, baloncesto universitario, fútbol americano y competiciones de fútbol internacionales. Además, ESPN+ incluye ligas y torneos de deportes como lacrosse, cricket y competiciones de menor visibilidad en el mundo del deporte, lo que proporciona una experiencia diversa y completa para los aficionados.

DirecTV Stream

Es un servicio de transmisión en vivo exclusivo de Estados Unidos que ofrece una variedad de contenidos, incluyendo deportes. Uno de sus principales atractivos es la posibilidad de ver sus programas en múltiples dispositivos simultáneamente, lo que es ideal para hogares grandes o grupos de amigos. Su catálogo deportivo es extenso, incluyendo las principales ligas de baloncesto, béisbol, hockey y fútbol. Los usuarios también pueden acceder a competiciones de fútbol europeo, como la Champions League y la Europa League, así como a otros eventos deportivos internacionales. Esta plataforma ofrece una experiencia completa para quienes buscan seguir múltiples deportes al mismo tiempo.

YouTube TV

Es una plataforma de streaming que, a diferencia de muchas otras, está disponible en varios países, mediante suscripción. Con una oferta deportiva muy diversa, permite a los usuarios seguir ligas importantes como la NFL, MLB, NBA, NHL y torneos internacionales de fútbol, como los eventos de la FIFA y la Premier

League. Una de sus características más destacadas es la capacidad de grabar eventos sin límites de almacenamiento, lo que permite a los aficionados grabar partidos y eventos enteros para verlos en su tiempo libre, aunque las grabaciones se mantienen solo por un periodo limitado de tiempo.

AppleTV+

Es el servicio de streaming de Apple que ofrece contenido exclusivo, incluyendo una selección limitada de eventos deportivos, con especial énfasis en el béisbol. La plataforma transmite programas como "Friday Night Baseball" y repeticiones de partidos clásicos, lo que la convierte en una opción atractiva para los seguidores de este deporte. Aunque se accede principalmente a través de dispositivos Apple, los usuarios también pueden disfrutar de su contenido en línea a través de tv.apple.com. Aunque su enfoque en deportes no es tan amplio como otras plataformas, AppleTV+ proporciona una experiencia de alta calidad para los aficionados al béisbol y otros deportes selectos.

La mayoría de las plataformas mencionadas funcionan a través de suscripciones pagadas, ofreciendo contenido legal y de calidad a sus usuarios. Sin embargo, también existen otras plataformas que permiten acceder a eventos deportivos de forma gratuita, aunque estas suelen operar de manera ilegal al involucrarse en la piratería.

Monetización en los espacios digitales de fútbol

La monetización en los espacios digitales de fútbol se ha convertido en un aspecto crucial para la sostenibilidad de medios y creadores de contenido. Con el auge de las plataformas digitales, las oportunidades para generar ingresos se han diversificado significativamente.

Según Bustamante (2019), "los medios digitales han encontrado en la publicidad programática y en los contenidos patrocinados dos de sus principales fuentes de ingresos, permitiendo una monetización más eficiente y segmentada" (p. 45). Esta afirmación destaca como la publicidad dirigida, basada en algoritmos y datos de usuarios, puede maximizar los ingresos al garantizar que los anuncios lleguen a la audiencia adecuada. Los contenidos patrocinados, por su parte, ofrecen una forma de ingresos más directa y personalizable, adaptándose a las necesidades específicas de los anunciantes.

Además, González (2021) resalta que "la comercialización de derechos de transmisión y la implementación de modelos de suscripción han permitido a los medios deportivos generar ingresos recurrentes, garantizando así su viabilidad a largo plazo" (p. 102). La venta de derechos de transmisión se ha convertido en una fuente de ingresos vital para muchos medios deportivos, proporcionando un flujo constante de capital. Los modelos de suscripción también han ganado popularidad, ofreciendo contenido exclusivo a cambio de una tarifa mensual o anual, lo que asegura un ingreso estable y predecible.

Adicionalmente, Ramírez (2022) destaca que el uso de plataformas de streaming y la creación de contenido exclusivo para redes sociales han abierto nuevas vías de monetización, permitiendo a los medios llegar a audiencias más amplias y diversas. Esto demuestra como la integración de nuevas tecnologías y plataformas no solo expande el alcance de los medios deportivos, sino que también introduce nuevas formas de generar ingresos a través de suscripciones, donaciones y anuncios en plataformas de video y redes sociales.

La combinación de publicidad programática, contenidos patrocinados, comercialización de derechos de transmisión, modelos de suscripción y el uso de plataformas de streaming ofrece múltiples formas de monetización en el ámbito del fútbol digital. Estas estrategias no solo incrementan los ingresos, sino que también permiten a los creadores de contenido y medios adaptarse mejor a las demandas del mercado digital en constante cambio.

Cobertura deportiva en redes sociales

En esta parte, De Silva (2024) por medio de la página web Iusport resalta que la cobertura deportiva ha evolucionado significativamente con el tiempo. En el pasado, las transmisiones deportivas televisivas eran la única manera en que los aficionados podían seguir eventos deportivos sin asistir físicamente. Sin embargo, hoy en día, las opciones se han multiplicado gracias a la tecnología digital. Ahora, los fanáticos tienen acceso a múltiples plataformas para ver los partidos, como servicios de streaming, redes sociales y aplicaciones móviles, que permiten no solo ver los encuentros en tiempo real, sino también interactuar, comentar y acceder a contenido adicional, como análisis y estadísticas.

En este mismo sentido, el mismo autor manifiesta que las redes sociales como X, Facebook e Instagram han tomado un rol protagónico en el ámbito de la conversación deportiva. Estos espacios se han convertido en puntos de encuentro donde los aficionados, periodistas y expertos comparten opiniones, actualizaciones y debates en tiempo real. Información como noticias de último momento, rumores sobre traspasos o los resultados de un partido se difunden rápidamente, alcanzando una audiencia global en cuestión de minutos, lo que les otorga un impacto inmediato y masivo.

Plataformas como X, pasan a formar parte de las aplicaciones favoritas de las personas a las que les gusta el periodismo deportivo, ya que ofrece primicias informativas, y por tanto, se convierte en una de las principales fuentes a la que acuden el resto de periodistas deportivos para conocer la noticia (Romero, 2022, p.52).

Por otra parte, Tejedor et al. (2020) explica que "las redes sociales se han convertido en plataformas con un protagonismo destacado en la comunicación de los equipos de fútbol" (p.150). Comprendiendo que las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para los equipos de fútbol, permitiéndoles comunicarse de manera más directa y efectiva con sus fanáticos. Gracias a estas plataformas, los equipos pueden compartir noticias, interactuar con los seguidores y fortalecer su vínculo con ellos, lo cual ha aumentado su influencia en él.

Un ejemplo claro alineándose a lo dicho por el mismo autor es el caso del Fc Barcelona, este club ha utilizado plataformas como Facebook para interactuar directamente con sus aficionados, compartiendo noticias, actualizaciones sobre partidos y contenido exclusivo. A través de estas interacciones, el FC Barcelona no solo informa a sus seguidores, sino que también fomenta un sentido de comunidad y pertenencia entre los aficionados, lo que fortalece su vínculo con el club. Este enfoque ha permitido al FC Barcelona aumentar su influencia y presencia en el ámbito digital

Según McCarthy et al. (2022) "Las redes sociales son como un rastrillo; lo bajas y la gente puede entrar, y podemos volver a subirlo si es necesario." (p.517). Lo que realmente quiere decir es que las redes sociales te permiten abrirte al mundo cuando tú decides, permitiendo que las personas entren en tu espacio y accedan a lo que compartes. Paralelamente, puedes controlar ese acceso cerrándolo o limitándolo

cuando sientas que es necesario. Es una manera de decir que tienes el poder de decidir hasta dónde y cuándo quieres exponerte o interactuar con los demás. Es como si, al publicar contenido sobre fichajes, entrenamientos o videos exclusivos de lo que ocurre detrás del escenario, estuvieran "abriendo las puertas" para que los seguidores se sientan parte de lo que sucede en el club e interactúen con el contenido. Pero, simultáneamente, los equipos controlan lo que comparten y cuándo lo hacen. Pueden ser transparentes en ciertos momentos, pero también pueden reservarse información más estratégica o sensible para proteger lo que ocurre internamente. Esto les permite mantener una relación directa con sus seguidores, pero siempre manteniendo las riendas de la situación.

Siguiendo esta idea, el mismo autor resalta que, en el mundo del fútbol, los clubes han reconocido la importancia de establecer una conexión sólida con sus aficionados mediante las redes sociales. Esta interacción no solo es crucial para mantener la lealtad de los seguidores, sino que también es un pilar fundamental para el crecimiento comercial y la sostenibilidad a largo plazo del club. En un entorno digital que cambia rápidamente, los equipos deben adaptarse a las nuevas dinámicas y aprovechar al máximo estas plataformas para interactuar de manera efectiva con sus fanáticos.

Periodismo deportivo digital en Ecuador

Zambrano (2021) menciona que la pandemia fue un punto de inflexión que impulsó la digitalización en el periodismo deportivo. Frente a los desafíos que trajo el virus a nivel global, los comunicadores en Ecuador se vieron obligados a adaptar su forma de trabajar, volviéndose más activos en redes sociales. Esta adaptación no solo les permitió entender mejor estas plataformas, sino también conectar más con su

audiencia, lo que se reflejó en un aumento de seguidores gracias a una comunicación más cercana y efectiva.

“El periodista deportivo ecuatoriano vio total complejidad para seguir con su quehacer diario y tuvo que buscar las alternativas” (Zambrano, 2021, p.11). Muchos periodistas que antes se resistían a dar el salto al mundo digital, tal vez porque les parecía complicado, se vieron obligados a hacerlo por la situación. Esta necesidad los empujó a dar ese paso importante, y finalmente, aprovechar una oportunidad que siempre había estado ahí, pero que no se habían atrevido a tomar hasta entonces.

Abordando otro punto, Morales & Cedeño (2024) plantean la interrogante de cómo los periodistas deportivos en Ecuador perciben el efecto de su educación, o la falta de esta, en su capacidad para adaptarse e innovar en las nuevas formas de comunicación y tecnología que existen en la era digital actual.

Es así como, Cruz (2019) indica que el trabajo de un periodista deportivo va más allá de simplemente aplicar sus conocimientos y habilidades; también es fundamental que tenga la capacidad de reflexionar sobre sus acciones en relación con lo que ha aprendido. Esta reflexión no solo enriquece su labor, sino que también le permite aportar un valor adicional a su trabajo, mejorando así la calidad de la información que ofrece al público.

Villanueva et al. (2018) afirma que, en un lapso de 75 años, la capacitación de periodistas en Ecuador ha avanzado de manera acelerada. Desde el establecimiento de la primera Facultad de Comunicación Social en la Universidad Central del Ecuador en 1943, hasta la migración del ejercicio profesional hacia plataformas digitales en el nuevo milenio. Actualmente, se requiere que los periodistas cuenten con un perfil que incluya competencias más amplias y la

habilidad de desempeñar, en algún momento, el papel de autor o editor que produce y publica su propio contenido.

“El campo laboral para periodistas en Ecuador se concentra en medios de comunicación privados, aunque en los últimos años se han registrado esfuerzos por democratizar su área de acción” (Villanueva et al. 2018, p. 191). La oportunidad de trabajo para los periodistas en Ecuador se encuentra principalmente en medios de comunicación privados. Sin embargo, en tiempos recientes, ha habido iniciativas para ampliar y diversificar este ámbito, buscando que más voces y perspectivas tengan un lugar en el panorama mediático del país. Esto refleja un esfuerzo por hacer que el acceso a la información y la representación en los medios sea más equitativo y accesible para todos.

Un ejemplo destacado de periodismo deportivo digital en Ecuador es el portal "Ecuavisa Deportes", que forma parte de Ecuavisa, uno de los principales canales de televisión del país. Este medio ha sabido adaptarse a las nuevas tecnologías y a las demandas del público, ofreciendo contenido deportivo a través de su sitio web y redes sociales.

Ecuavisa Deportes: es un portal que brinda actualizaciones en tiempo real sobre eventos deportivos. El fútbol es el deporte más popular en Ecuador, y el sitio web brinda actualizaciones sobre estadísticas en vivo, análisis del partido y entrevistas a jugadores y entrenadores, entre otros. Además, Ecuavisa Deportes usa videos, infografías y publicaciones en redes sociales para atender a una audiencia más joven y digitalmente activa, ofreciendo a los usuarios una experiencia más rica.

A través de plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, Ecuavisa Deportes interactúa con sus seguidores, fomentando la participación y el debate

sobre temas deportivos, lo que crea una comunidad en torno al contenido que producen.

El medio ha implementado nuevas tecnologías y herramientas digitales para mejorar la calidad de su contenido y la forma en que lo distribuyen, adaptándose a las tendencias del periodismo digital. Este caso ilustra cómo el periodismo deportivo en Ecuador está evolucionando hacia un modelo más digital y participativo, aprovechando las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para llegar a un público más amplio.

Conclusiones

Es claro que, con el crecimiento de las plataformas digitales, la manera en la que se consume y se produce contenido sobre fútbol ha cambiado completamente. En la era actual no basta con solo reportar, los periodistas deben manejar herramientas digitales, ser creativos para así saber diferenciarse en un espacio cada vez más competitivo. La aparición de influencers, bloggers hasta exjugadores convirtiéndose en comentaristas deportivos ha diversificado la oferta informativa obligando a los medios tradicionales a buscar alternativas e innovar constantemente para mantener el paso y no quedarse atrás. Esto ha obligado a los periodistas adaptarse y evolucionar de manera acelerada, aprendiendo a contar relatos, narraciones, cuentos de formas más atractivas para mantener su importancia.

A pesar que, la digitalización ha presentado varios retos, también ha abierto nuevas puertas para los periodistas deportivos. En la era actual, gracias a las plataformas de streaming, redes sociales y las herramientas avanzadas, se puede ofrecer una cobertura más interactiva y cercana para los espectadores y aficionados. Además, la realidad virtual y aumentada permite que las transmisiones en vivo y el análisis de datos permiten crear un contenido exclusivo que llame la atención del público. Para los especialistas de este terreno, esto significa que hay muchas maneras de destacar y conectar con la audiencia usando la tecnología a su favor, descubriendo e irse sumergiéndose en nuevos formatos y narrativas que antes eran impensables.

En el contexto ecuatoriano, el periodismo deportivo digital ha presentado un importante crecimiento. Sin embargo, también enfrenta retos propios como la adaptación a estas nuevas tecnologías. La digitalización es una gran oportunidad para que los medios ecuatorianos empiecen a destacar y conectar con la audiencia global, presentar un contenido innovador e impulsar el desarrollo del periodismo deportivo

digital y la capacidad para ajustarse a un público exigente que está en constante cambio.

Referencias bibliográficas

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership*. Peter Lang.

https://www.researchgate.net/publication/27476485_Blogs_Wikipedia_Second_Life_and_beyond_From_production_to_producership

Collado, C. (2020). Las mejores aplicaciones para ver partidos de fútbol gratis en Android. Andro4all.

<https://www.lavanguardia.com/andro4all/aplicaciones-gratis/las-mejores-aplicaciones-para-ver-partidos-de-futbol-gratis-y-de-forma-legal>

Cruz, J. (2019). Competencias y metacompetencias de los periodistas digitales. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (3), 54-67.

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/download/1484/1324?inline=1>

De Silva, C. (2024, mayo 22). La evolución de la cobertura deportiva: De la televisión al streaming en vivo. IUSPORT.

<https://iusport.com/art/131753/la-evolucion-de-la-cobertura-deportiva-de-la-television-al-streaming-en-vivo>

Duncan, S. (2020). *The Digital World of Sport: The Impact of Emerging Media on Sports News, Information and Journalism*. Anthem Press.

<https://www.cambridge.org/core/books/digital-world-of-sport/A4CC583919BF288D06B89026B6A765CC>

Fuster Giménez, P. (2017). *El uso e influencia de las redes sociales en el periodismo deportivo: evolución y prospectiva: el caso de Twitter en el deporte profesional en la Comunitat Valenciana*. Universidad CEU Cardenal Herrera, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Departamento de Comunicación e Información Periodística.

<http://hdl.handle.net/10637/8729>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

<http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>

Marin-Sanchiz, C. R., Valero-Pastor, J. M., & Rojas-Torrijos, J. L. (2022).

Periodismo Deportivo en Plataformas en Crecimiento: Análisis de la Transmisión de Fútbol en Twitch a través de los Locutores de LaLiga Casters. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 28(2), 329–339.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8455241>

Márquez-Ramírez, M. y Rojas, 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.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2017000100173

Martínez Molina, M.A. (2023). *Los desafíos del periodismo deportivo en la era digital* (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

<https://hdl.handle.net/11441/151892>

McCarthy, J., Rowley, J., & Keegan, B. J. (2022). Social media marketing strategy in English football clubs. *Soccer & Society*, 23(4-5), 513-528.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14660970.2022.2059872>

MIT Technology Review. (2020). How artificial intelligence is changing the game of soccer. MIT Technology Review.

<https://www.iptechblog.com/2023/12/how-artificial-intelligence-is-changing-the-game-of-professional-sports/>

Morales Verduga, R., & Cedeño Bravo, M. J. (2024). El periodismo deportivo y rol de la formación académica en la era digital en Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(57), 73–88.

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072024000100073

Pahuacho Portella, A. R. (2018). Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. *Revista de Comunicación*, 17(1), 114–132.

<https://revistadecomunicacion.com/article/view/34>

Perú21. (2024, septiembre 12). Las más importantes plataformas de streaming para ver deportes en el mundo. Perú21.

<https://peru21.pe/cheka/streaming-deportes-las-mas-importantes-plataformas-de-streaming-para-ver-deportes-en-el-mundo-noticia>

Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B., & López-García, X. (2020). Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos. *index.comunicación*, 10(3), 129-151.

<https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>

Romero-Ochoa, M. (2022). Las redes sociales como el nuevo mercado para el periodismo deportivo. En *Reflexiones sobre periodismo deportivo: experiencias, retos y expectativas* (pp. 49–78). Editorial Abya-Yala.

<https://doi.org/10.7476/9789978108277.0004>

Rojas Torrijos, J. L. (2018). La estrategia digital de internacionalización de Marca en Latinoamérica. Estudio de caso de MARCA Claro en México. *Revista de Comunicación*, 17(1), 133–154.

<https://www.redalyc.org/journal/5894/589466336008/589466336008.pdf>

Rojas-Torrijos, J. L., & Nölleke, D. (2023). The changing boundaries of sports journalism in the digital era: Technological disruption, new actors and professional challenges. *Journalism and Media*.

<https://hdl.handle.net/11441/148634>

Santillán Arruz, J. (2019). El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades. *Cultura*, 33, 87–118.

https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_33_perfil-periodista-era-digital.pdf

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press.

https://techofcomm.wordpress.com/wpcontent/uploads/2015/11/here_comes_everybody_power_of_organizing_without_organizations.pdf

Tejedor, S., Cervia, L., & Vecino, C. (2020). El fútbol en las redes sociales: Análisis de la presencia en Facebook de los principales equipos de Europa. *Revista Iberoamericana de Psicología Del Ejercicio y El Deporte*, 15(3), 150–156.

<https://bit.ly/30ax2pY>

Villanueva, J. K., Cedeño, K. L., Santillán, J. O. V., & Correa, D. J. (2018). Los retos del periodismo ecuatoriano y los desafíos en la formación de nuevos profesionales. *Innova Research Journal*, 3(9), 190-202.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6778120>

Zambrano, V. (2021). *El ejercicio postpandemia del periodismo deportivo en Manta. Una mirada a la digitalización de sus rutinas*. (Tesis de Posgrado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Manabí, Ecuador.

<https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/4297>