

“Análisis de la evolución del periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización como consecuencia de la pandemia Covid 19”

“Analysis of the evolution of journalism deportivo cuencano towards digitalization as a consequence of the covid 19 pandemic”

Barrera Neira-Johnny Renato^{1*}, Ochoa Ochoa-Ramiro Bolívar²

¹ Universidad Católica de Cuenca // <https://orcid.org/0000-0003-0625-6579>

² Universidad Católica de Cuenca // <https://orcid.org/0000-0002-0435-3159>

* jrbarreran78@estu.ucacue.edu.ec

DOI: <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v7i1.1169>

Resumen

El presente artículo es una investigación relacionada con la evolución que experimentó el periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización, como consecuencia de la Pandemia Covid 19. Su objetivo fue saber de qué manera los periodistas deportivos de la capital azuaya, tuvieron que adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas imperantes. Además, analiza la situación en la que se desenvuelve el periodismo deportivo cuencano en las plataformas digitales y redes sociales. La metodología que se aplicó en la investigación fue cualitativa, para poder explicar, cómo los comunicadores deportivos utilizaron la digitalización en tiempos de pandemia; el descriptivo para elegir conceptos y experiencias vividas; la revisión bibliográfica permitió conocer más profundamente, qué dicen los expertos en referencia a este tema o problemática y, la observación del manejo de la digitalización en los medios de comunicación en Cuenca. Se aplicaron entrevistas semiestructuradas, incluyendo periodistas deportivos y expertos en la comunicación digital.

Palabras clave: comunicación digital, periodismo digital, periodismo deportivo cuencano, efecto de la Pandemia Covid 19.

Abstract

This article is a research related to the evolution experienced by Cuenca's sports journalism towards digitalization due to the COVID-19 pandemic. Its objective was to know how sports journalists in the capital of the Azuay province had to adapt to new prevailing technological tools. In addition, it shows how sports journalism from Cuenca develops in digital platforms

and social networks. The methodology applied in the research was qualitative to explain how sports communicators used digitization during the pandemic; descriptive to choose concepts and experiences. The literature review made it possible to learn more about what experts say about this topic or problem and observe the management of digitization in the media in Cuenca. Interviews were applied, including sports journalists and digital communication experts.

Keywords: digital communication, digital journalism, sports journalism in Cuenca, the effect of COVID-19 pandemic.

1. Introducción

La pandemia Covid 19 es uno de los peores azotes sanitarias que ha tenido que vivir la humanidad y que aún sigue cobrando vidas. También la crisis económica y hospitalaria golpeó a la mayoría de países del mundo. De la misma manera, los medios comunicación y el periodismo deportivo han sufrido cambios para adaptarse a nuevos modos de hacer periodismo.

Al inicio de la pandemia, los medios de comunicación y periodistas deportivos tuvieron que adaptarse a la nueva forma de hacer programas para redes sociales y plataformas digitales, con el fin de difundir su información. En la opinión de Kwabena (2020) la Covid 19 significó una alteración de modelo para el periodismo al observar la migración digital. Por el lado afirmativo la situación actual ha permitido a los periodistas utilizar nuevas plataformas y herramientas digitales para su beneficio.

En Cuenca, la pandemia generó cambios notorios en cuanto a la forma cómo los periodistas deportivos debían buscar su información, puesto que antes de la Pandemia, las entrevistas y coberturas se hacían presencialmente. Sin embargo, la Covid 19 modificó la forma de ejercer el periodismo, y esta modificación se centró en la migración del periodismo tradicional a lo digital, utilizando redes sociales, blogs, páginas web, plataformas digitales entre otros para subir sus noticias e información deportiva y de esa manera tener informados a sus públicos.

Otro de los efectos nocivos de la pandemia fue la drástica caída de la pauta publicitaria de la que viven la mayoría de periodistas deportivos cuencanos. Las firmas dejaron de promocionar sus productos o servicios, obligando al cierre de programas y pérdida de empleos; el escenario fue entonces las plataformas digitales como principal alternativa para seguir ejerciendo e informado a la colectividad.

Por lo expuesto, el objetivo general de esta investigación es analizar los procesos evolutivos que, del periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización, como consecuencia de la pandemia del Covid-19. Para apuntalar el objetivo general, se trazaron tres objetivos específicos encaminados en los siguientes aspectos: fundamentar la comunicación digital, la convergencia digital, el periodismo digital y las redes sociales. Conocer el movimiento y actuación del periodismo deportivo cuencano en las plataformas digitales y en base a ello, elaborar un artículo científico, en el que se analice la evolución y cambios que sufrió el periodismo deportivo cuencano, como consecuencia de la pandemia del Covid-19.

En la actualidad, con las nuevas plataformas digitales, el periodista se convierte

en un periodista multimedia o multitareas. "Él periodista multimedia debe contar con destrezas suficientes para trabajar en diferentes soportes (...) manejando los lenguajes escrito y audiovisual(...) en una realidad periodística que ha dejado de ser lineal, tanto en la información que ofrece como en el lenguaje que utiliza" (Sánchez, Campos y Berrocal, 2015, p.193); es decir, cumple todas las funciones de la digitalización siendo un conocedor en el manejo de la información, diseño, edición y sacando el máximo provecho a las bondades de las herramientas y plataformas digitales.

El problema de esta investigación se ve reflejado en la adaptación de los periodistas y los medios de comunicación a estos vertiginosos y nuevos cambios tecnológicos. Por ejemplo, la utilización de herramientas o programas para hacer entrevistas como: Zoom, video streaming, podcast, entre otros; hizo y hace, que la programación sea más vistosa e interactiva en las redes, a través de la multimedialidad.

Por ello, la finalidad de esta investigación es hacer un análisis de la evolución del periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización a causa de la Pandemia Covid 19. Por lo tanto, los temas a tratar serán: definir lo que es la comunicación digital, la convergencia digital, el periodismo digital, las redes sociales, plataforma zoom, medios de comunicación, el periodismo deportivo, programas deportivos, el periodismo deportivo digital, el periodismo deportivo cuencano y el efecto de la Pandemia en el periodismo deportivo cuencano.

2. Importancia del Tema

El análisis de las El periodismo deportivo cuencano nace en 1924 a raíz de la creación de la Federación Deportiva del Azuay (FDA). En 2020 Álvares y Zhañay sostienen que la aparición de la Federación Deportiva del Azuay fue de suma importancia para la difusión de varios deportes, competiciones y disciplinas por medio de la creación de revistas de la federación. Por estos medios, se informaba al público sobre los acontecimientos deportivos locales y provinciales.

Las primeras difusiones deportivas en Cuenca se dieron por medio de la prensa escrita, diario El Mercurio fue el primero en informar estos acontecimientos.

El fútbol fue la columna vertebral de las primeras transmisiones radiales en Cuenca. Sin embargo, tuvieron también un sitio importante otros deportes como el baloncesto, especialmente a nivel colegial, las competencias automovilísticas y el mismo boxeo, que ocuparon extensos espacios en las radioemisoras de la época; entre ellas, Radio La Voz del Tomebamba, Radio El Mercurio, Radio Ondas Azuayas, Radio Cuenca, Radio Ermic, calificadas como las pioneras en las coberturas de estos eventos deportivos. Esas transmisiones ya incluyeron entrevistas y la opinión de los comentaristas y el público.

Gracias al auge y crecimiento en Cuenca de deportes como el baloncesto, voleibol y especialmente el fútbol, se abrió la puerta para la creación del Círculo de Periodistas Deportivos del Azuay (CPDA) en 1953. Este gremio nació con la intención de agrupar a los periodistas, cronistas y comentaristas que informaban en aquella época, sobre los hechos más trascendentales del deporte cuencano y azuayo.

El nacimiento del Club Deportivo Cuenca, el 4 de marzo de 1971, marcó un hito en la historia del periodismo deportivo de la localidad. El club, que generó un inusitado e inesperado aprecio, incluso amor entre la mayoría de los cuencanos, permitió que las transmisiones deportivas radiales, traspasen las fronteras provinciales, debido a que en ciudades como:

Quito, Guayaquil, Riobamba o Ambato, se disputaban los campeonatos nacionales.

Los aficionados que querían estar informados de los acontecimientos del club. Las transmisiones y programas deportivos permitieron también la aparición de periodistas que, por su cuenta, marcaron también época.

El fútbol y el Deportivo Cuenca, sin embargo, provocaron que los periodistas y aficionados, vayan perdiendo interés por otras disciplinas que pasaron a engrosar las filas del "deporte amateur".

Con la aparición del formato audiovisual se comenzó a transmitir programas y segmentos deportivos en la televisión, logrando mucha sintonía, puesto que se podría dar la información por medio de imágenes y videos de las diferentes disciplinas deportivas.

Hoy en día, las redes sociales y plataformas digitales son los nuevos medios por donde se emite la información deportiva. Sobre esto, Iglesias y Romero (2021) explican que la internet produjo innumerables transformaciones en el entorno comunicativo, debido a que la red de redes descubrió varias actividades como: buscar, procesar y difundir información. Por lo tanto, con la fusión de la internet y el periodismo, nació el periodismo web, digital o ciberperiodismo. En consecuencia, con la ayuda de las tecnologías, muchos periodistas han creado sus propios canales informativos en redes sociales como: Facebook, Twitter, YouTube. Otros canales de información y transmisión de eventos deportivos son: la radio online o televisión digital.

En el presente trabajo de investigación sobre la evolución del periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización como consecuencia de la Pandemia Covid 19, se presentará un análisis de las nuevas herramientas tecnológicas y redes sociales que utilizaron los medios y periodistas deportivos de esta ciudad para realizar sus programas, contrastar la información e informar sus noticias deportivas a las personas.

La motivación para llevar a cabo esta investigación, es conocer cómo el periodismo deportivo cuencano tuvo que adaptarse al proceso de digitalización en la Pandemia Covid 19. Es importante mencionar que la digitalización ya existía desde antes, sin embargo, los cambios y crecimiento han sido notorios, puesto que, con la Pandemia, los comunicadores se vieron forzados a modificar su forma de ejercer el periodismo, usando la internet para publicar y emitir sus programaciones y notas deportivas. Para hacer entrevistas y cubrir ruedas de prensa, la principal herramienta fue la plataforma zoom, sin dejar de lado otras alternativas que también tuvieron y tienen todavía protagonismo en la práctica de la actividad periodística.

En base a mi experiencia vivida debido a que estos últimos tres años he estado involucrado y familiarizado al mundo del periodismo deportivo, sobre todo en medios radiales, he podido identificar y experimentar los cambios, que me llevaron a palpar la realidad del periodismo, como consecuencia de la Pandemia Covid 19.

Entre esas realidades estuvieron la dificultad de financiar los programas por la caída de la publicidad; el encierro hizo que las ventas de muchos productos y servicios cayeran en picada, consecuentemente, los negocios quebraron y mucha gente perdió su empleo. Los equipos de trabajo en los medios se desintegraron. Los escenarios permanecieron cerrados para los periodistas y debimos aprender el manejo del zoom para entrevistar y otras herramientas para informar desde un escenario nuevo para periodistas y aficionados.

3. Metodología

El enfoque de esta investigación es de tipo cualitativa cuyo alcance será descriptivo.

En el primero momento de la investigación, se aplicará el tipo de investigación bibliográfica, basada en un análisis del estado de arte sobre publicaciones relacionadas al periodismo, periodismo deportivo, la comunicación, la comunicación digital, los nuevos escenarios de la comunicación y las nuevas plataformas digitales. Se añadieron textos también sobre la pandemia del Covid 19. Los textos revisados fueron en su mayoría publicados en los últimos cinco años. Por ejemplo, Kwabena, K (2020) hace un interesante análisis de las nuevas perspectivas del periodismo deportivo durante y después de la pandemia.

En un segundo momento, como parte de la investigación cualitativa, se aplicó la encuesta a un grupo de periodistas deportivos elegidos en base a su conocimiento y trayectoria. Se elaboró un listado de 11 preguntas que fueron presentadas para su valoración a un grupo de profesionales cuencanos con experiencia y dedicados al periodismo deportivo. Estos profesionales, luego del análisis respectivo y de acuerdo a su especialidad en el área deportiva, dieron recomendaciones en cuanto a algunas consultas que se podían incluir, cambiar e incluso eliminar del cuestionario tentativo. Tras la deliberación, no cambió el número de preguntas, pero algunas se reestructuraron.

La muestra de periodistas deportivos para la aplicación de la encuesta, se escogió en base a una larga lista de profesionales con una amplia trayectoria y reconocimiento, a más de eso, en la época de encierro como consecuencia de la pandemia del Covid 19, se ajustaron con éxito a los cambios que demandó la nueva forma de ejercer el periodismo deportivo. Ellos son los cuencanos: Viviana Sánchez Bonilla, Pablo José Mora y Andrés Carpio y el quiteño Fabián Gallardo. A esta lista se sumó el community manager capitalino Pablo Trujillo, director del equipo de comunicación del Club Independiente del Valle.

4. Resultados

La pandemia Covid 19 obligó a la suspensión de muchos eventos deportivos a nivel mundial. A pesar de que se ha vuelto a activar las disciplinas deportivas, dentro y fuera del país, todavía se mantienen las restricciones en las coberturas, especialmente presenciales, de eventos deportivos individuales y colectivos. Lo que ha ayudado mucho para superar estos inconvenientes, son los procesos de vacunación que llevaron y a cabo y lo siguen haciendo algunos países, entre ellos, Ecuador. Un claro ejemplo de una leve forma de normalidad fue la cobertura y presencia de aficionados en los últimos Juegos Olímpicos disputados en Tokio 2021.

Hay que destacar que la pandemia cambió el modo de hacer periodismo, debido a que al principio las coberturas deportivas se realizaban con un mínimo de comunicadores ya sea en el staff o en eventos deportivos, mientras tanto las entrevistas y ruedas de prensa se realizaron por medio de plataformas digitales.

Al respecto, Dwivedi (2020) sostiene: "Las entrevistas libres son una rareza en estos días, la mayoría de las interacciones se ejecutan en presencia de managers de medios, agentes o ambos. Estas entrevistas terminan en el momento en que se hace una pregunta incómoda" (p.3).

En Cuenca, la pandemia afectó en gran medida al periodismo deportivo, muchos comunicadores perdieron sus trabajos y otros por la falta de capital en las empresas no pudieron sacar publicidad; sobre este tema Eras (2019) expresa que la publicidad tiene un papel importante en la supervivencia de los medios de comunicación debido a su fortaleza económica y el ingreso de dinero que recauda por su difusión. Por otra parte, esto también golpeó a los medios de comunicación por lo que se tuvo que trabajar algunos meses sin publicidad

y reducir el salario a sus trabajadores.

Otro de los cambios que trajo consigo la digitalización fue que las redes se llenaron de una cantidad incontable de información, o lo que algunas llaman la sobreinformación o infoxicación. Mucha de esta información era falsa y se requería ratificar su veracidad. En este escenario de ausencia de novedades, porque la Pandemia lo impedía, algunas radios cuencanas se inclinaron por hacer programas "retro", es decir volver a pasar partidos pasados del Deportivo Cuenca; ese fue el ejemplo de Radio Activa que recordó cotejos del club cuencano de la Copa Sudamericana de 2028.

Ya con la reactivación de la práctica y las competencias, el movimiento del periodismo deportivo cuencano se retomó, pero con restricciones. Por ejemplo, el número de periodistas cubriendo las prácticas de Deportivo Cuenca, era mínimo y bajo estrictos protocolos de seguridad. La información referente a las programaciones y calendarios se manejaban a través de las redes, como hasta ahora. La vacuna ha ayudado mucho para combatir la peligrosidad del Covid 19, sin embargo, la comunicación deportiva continua por el camino de la digitalidad.

Los Podcasts fueron otra alternativa que se manejaron para la difusión de contenidos, que tienen la ventaja que se pueden descargar y escuchar en cualquier momento utilizando un aparato tecnológico.

Al respecto (Castañeda, 2020, p.6) dice que "El podcast como formato alojado en el ciberespacio se convierte en una herramienta de comunicación que permite el posicionamiento de marca en el entorno digital y el aumento de audiencias jóvenes que, por sus dinámicas de consumo, no tienen precisamente la radio tradicional como un medio por excelencia para informarse o entretenerse".

La digitalización y las redes abrieron también otros espacios para complementar la información que se gesta en los escenarios deportivos. Los periodistas comenzaron a introducir en las transmisiones y coberturas, estadísticas, infografías, datos y métricas de los protagonistas del deporte.

Entrevistas con Expertos

El hallazgo principal de esta investigación en base a las entrevistas realizadas al grupo de expertos, fue que el periodismo deportivo, no solo cuencano, sino nacional y mundial, tuvo dar un gran golpe de timón en su manera de informar, comentar y cubrir eventos deportivos, como consecuencia de la pandemia que sigue golpeando a la humanidad.

Pablo José Mora (Radio Activa FM) manifiesta que las redes sociales ya eran utilizadas como plataforma de información antes de la Pandemia, pero con la llegada de ésta, se aceleró su inserción en el periodismo. No solo los medios y periodistas tuvieron que cambiar su forma de laborar, también aquellos que trabajan en el mundo digital. Por ejemplo, la plataforma zoom se revalorizó de una manera insospechada; antes costaba 100 millones en la bolsa de valores, pero durante la Pandemia llegó a costar un aproximado 10 mil millones de dólares. Las redes sociales ampliaron sus plataformas, actualmente Facebook tiene Facebook watch, Twitter en cambio es la red con mayor tráfico de personas en búsqueda de información.

En cuanto a las coberturas, Mora dice que los periodistas tuvieron que cambiar las cabinas de la radio o los sets de televisión por algún lugar cómodo de sus casas para hacer los programas. Las ruedas de prensa al inicio fueron muy complicadas para los periodistas, debido a que no se conocían todas las herramientas que tenían las distintas plataformas digitales. Rescató de ese momento de Pandemia que, para las entrevistas se tuvo más tiempo,

porque los protagonistas del deporte vivieron también el encierro, igual que el resto de la población.

Pablo José Mora sostiene que la tecnología permitió abrir nuevos programas y espacios para los periodistas y que la clave está en presentar buenos contenidos para ganar adeptos y por consiguiente monetizar el trabajo.

Andrés Carpio (Radio Mágica), coincide con Pablo José Mora en cuanto a que la aparición de las redes sociales no es nuevo, pero que la Pandemia las popularizó y a través de ellas, se puede conocer en tiempo real lo que pasa alrededor del mundo. Cuenta que programas como el software TeamSpek permite realizar transmisiones vía internet desde cualquier lugar con un sonido de calidad. Admite que, en la época de Pandemia, era difícil encontrar información por el encierro y los escenarios deportivos estaban vacíos. Sin embargo, había más tiempo para interactuar con los entrevistados.

Según Carpio, el paso a la digitalización de los periodistas deportivos, sirvió mucho para descubrir nuevos escenarios informativos y seguir otros caminos, más allá de los medios tradicionales, como por ejemplo la creación de sets virtuales o dar algún efecto a la imagen y grabar para luego colocar en las redes sociales el programa. Aseguró que existen radios que trabajan vía streaming con Facebook, incluso algunos con YouTube por lo que tienen un alcance de mayor notoriedad, debido a que las personas hoy en día están más con el teléfono que con una radio o televisión.

Viviana Sánchez Bonilla (Radio Sensación 106.5 FM) Comenta que la digitalización desde la parte económica ha sido un punto fuerte para el periodismo deportivo, pero se debe saber el manejo y la producción de contenidos para sacar provecho económico. Al igual que Pablo José Mora, Viviana Sánchez, asegura que la producción de contenidos exige tiempo, incluso dinero y se debe esperar tener seguidores o suscriptores; si esto pasa, se abre la puerta para que plataformas digitales como YouTube y Facebook, comiencen a pagar por lo uno pueda producir como información.

Sánchez Bonilla, pronostica que en algún momento los diarios físicos van a desaparecer, puesto que la mayoría consumen los diarios digitales. Los diarios físicos son leídos generalmente por personas de edades avanzadas, pero las generaciones actuales prefieren buscar información en los aparatos tecnológicos; lo que ha obligado que los diarios físicos publiquen también de manera digital.

Añade también que la televisión corre también peligro de desaparecer, debido a que plataformas como: YouTube, Facebook y otras, están opacando a las cadenas televisivas que ofrecen un menú, menos atractivo para los internautas.

Pablo Trujillo (Jefe de Marketing del Club Independiente del Valle, Quito) señala que herramientas tecnológicas como los podcasts, están muy de moda para informar, y muchos periodistas hacen uso de ellos. Sostiene que las plataformas digitales, son vitales hoy en los medios de comunicación para informar a sus oyentes o televidentes

Para Trujillo, la Pandemia, cambió radicalmente la práctica del periodismo deportivo en Ecuador. Antes de la llegada del Covid 19, los comunicadores estaban en los escenarios cubriendo la información y hablando con los deportistas y de un momento al otro, se vieron obligados a trabajar desde sus casas y utilizar herramientas desconocidas para muchos de ellos.

Pablo Trujillo, menciona al community manager como un gestor de la información en las redes sociales, sin embargo, los periodistas deben echar mano de todas las plataformas posibles, enfocarse en conocer su manejo y funcionamiento, para informar correctamente y crecer profesionalmente, caso contrario, quedarían relegados y correrían peligro de perder

su empleo o su profesión. Al igual que Viviana Sánchez, el profesional quiteño manifiesta que las plataformas digitales han relegado a los medios tradicionales, entre ellos, la televisión que tiene su programación preestablecida y eso hace que cada vez menos personas se sienten al frente de un televisor, teniendo ahora aplicaciones que permiten escoger los partidos o deportes que la gente quiere visualizar en cualquier lugar y momento.

Para Fabián Gallardo (Gol TV Quito) la internet y la cultura digital han traído consigo una serie de cambios y transformaciones que exigen al periodista de hoy, cambiar la tradición de estar en una sala de redacción, levantar textos o difundir noticias, para convertirse en un periodista digital, que tiene que conocer mucho de la tecnología para poder estar a la par con la evolución que tiene la comunicación digital. Fabián Gallardo cree que los periodistas de épocas anteriores han tenido que provocar en sí mismos una transformación para no quedarse anclados en el pasado y de esta manera modernizarse con el propósito de seguir desarrollando sus actividades.

Puntualiza que los periodistas modernos deben ser interactivos, por lo tanto, el comunicador digital tiene que interactuar con sus lectores, oyentes, espectadores, saber cómo canalizar y generar la información usando este ecosistema y multicanales que hoy permite el periodismo digital.

Para Gallardo, la actualización de conocimientos de los periodistas es clave para generar responsabilidad social y ser creíbles. Los periodistas en la actualidad se apoyan en informadores ocasionales que a veces dice cosas ciertas, pero en otras, exagera o ni siquiera está en el teatro de los acontecimientos y por eso se da la mala información en las redes, por lo tanto, con la digitalización, el comunicador se ha visto obligado a modificar sus hábitos de trabajo y asumir responsabilidades y funciones que antes no la tenía, es decir, transformarse en un periodista multifacético, que informa a través de un teléfono inteligente, sin perder de vista los cánones que rigen el periodismo: veracidad, imparcialidad, ética y precisión.

5. Conclusión

En esta investigación se pudo demostrar que, debido a la pandemia del Covid 19, que azotó y sigue azotando al mundo, los periodistas deportivos cuencanos y en general, todos los comunicadores vinculados a esta faceta del periodismo, se vieron obligados a migrar de lo tradicional y analógico a la digitalización. El encierro forzoso por el peligro a la propagación del mal, impidió que los periodistas vuelvan a sus sitios de trabajo: cabinas de radio, sets de televisión, diarios... peor aún a los escenarios que quedaron vacíos de deportistas, periodistas y público.

El estudio revela que las redes sociales y las plataformas digitales se convirtieron en los nuevos escenarios para desarrollar el periodismo, lo que determinó que los periodistas tengan que aprender de manera acelerada el manejo, uso y alternativas que brinda la digitalización. En ese campo están la migración de los programas tradicionalmente radiales o televisivos a plataformas como: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube para hacer sus segmentos. Esta transformación del periodismo deportivo, convirtió a los comunicadores tradicionales en periodistas multimedia o multitarea.

La investigación demostró que se dieron también cambios en los estilos y formas de redacción, tomando en consideración que las notas de prensa que se suben en las redes sociales, deben ser: claras, concisas y precisas y las fotografías con un formato y tamaño propios; marcando diferencia con los medios tradicionales.

Quedó claro que los cambios y la innovación tecnológica, debido al Covid- 19 tuvieron ha dejado cosas positivas y negativas. Lo malo, la serie de despidos, reducción de personal y cierre de muchos medios de comunicación; lo bueno, la aparición de medios digitales y otras alternativas de trabajo donde tuvieron cabida los comunicadores.

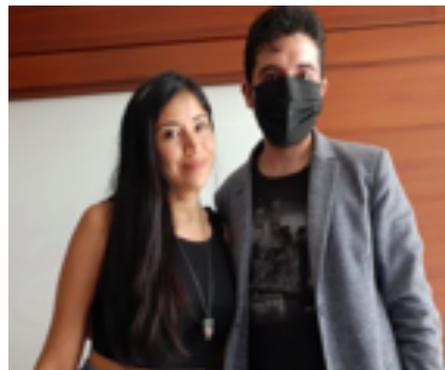
Los expertos concuerdan que la Pandemia, aceleró el uso de las redes sociales, que en realidad no son nuevas, sin embargo, no habían sido tan aprovechadas por los periodistas deportivos. Recalcan además la aparición del periodista multimedia, encargado ahora, de entrevistar, editar, alimentar las páginas webs, entre otras actividades. Dicen también que este nuevo escenario en el que se maneja el periodismo deportivo, puede representar importantes ingresos económicos y muchos seguidores en las redes de los periodistas, siempre y cuando, emitan contenidos novedosos, creativos y constantes.

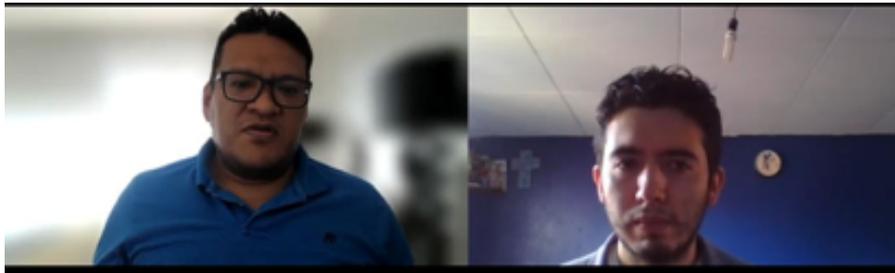
La investigación dejó claro a los periodistas deportivos cuencanos y del mundo y a los medios de comunicación que, si dejan de caminar junto a las nuevas tecnologías de comunicación y redes sociales y paralelamente, no se capacitan regularmente, corren peligro de quedar a la vera del camino.

6. Anexos

Banco de preguntas para los entrevistados.

- 1.- ¿Cómo ha influenciado la digitalización en el periodismo deportivo cuencano?
- 2.- ¿Cuáles son las nuevas herramientas y programas que utilizan los periodistas deportivos con la digitalización?
- 3.- ¿Qué cambios se ha generado en los medios de comunicación con la digitalización?
- 4.- ¿Las redes sociales se convirtieron en los nuevos medios alternativos para la recopilación y difusión de la información?
- 5.- ¿De qué manera la pandemia Covid-19 afectó al periodismo deportivo cuencano?
- 6.- ¿La pandemia Covid-19 fue uno de los detonantes para que los periodistas deportivos de Cuenca se trasladaran al mundo digital?
- 7.- ¿Cuál es el nuevo rol de los periodistas deportivos con la digitalización?
- 8.- ¿De qué manera se buscó información durante el tiempo de pandemia?
- 9.- ¿Cómo pudieron manejar las entrevistas y ruedas de prensa a través de la plataforma zoom especialmente?
- 10.- ¿Cómo afectó económicamente la pandemia Covid-19 a los periodistas deportivos cuencanos?





7. Referencias Bibliográficas

- Carolina, I. O., & Ismael, R. M. (2021). *Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo 2020*. Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.
- Castañeda, A. G. (2020). *El podcast como herramienta de comunicación para el aumento de la audiencia y posicionamiento en el entorno digital del magazín radial Voz + Vos de Confiar Cooperativa Financiera*. Colombia: Corporación Universitaria Lasallista.
- Dwivedi, S. (2020). Otras tres perspectivas respecto al periodismo deportivo en la pandemia. "Has covid 19- affected journalists independence and future?" (pág. 3).
- Jean Paúl Álvarez Coronel, J. F. (2020). *Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en medios de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Kwabena K.(2020). Otras tres perspectivas respecto al periodismo deportivo en la pandemia. "Has covid 19- affected journalists independence and future?" (pág. 2).
- Peña, L. B. (2010). *PROYECTO DE INDAGACIÓN: La revisión bibliográfica*. Facultad de Psicología.
- Sánchez, C. B. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes, 193.

Recibido: 18 de noviembre 2022

Aceptado: 18 de enero 2023

