

Contenidos y modelos de elaboración de la información deportiva en la prensa escrita. Resultados de un estudio comparativo internacional



THOMAS HORKY

Doctor

Institut für Kommunikations- und Medienforschung. Deutsche Sporthochschule Köln (Alemania)

thomas@horky.de

Traducción del alemán:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

Aun cuando el deporte es uno de los temas más destacados en los medios de comunicación de todo el mundo, las investigaciones internacionales sobre la información deportiva son más bien escasas. En este artículo se presentan los resultados de un estudio sobre la información deportiva internacional en los periódicos diarios con datos recopilados en diez países distintos. En el estudio exploratorio de campo se analizó la distribución de los temas, los principios de construcción de los contenidos así como otros criterios de calidad de la información deportiva en tres tipos diferentes de periódicos. Además del predominio del fútbol, sobre todo de las figuras masculinas, en el International Sports Press Survey se ha comprobado la existencia de una tendencia a la globalización en la prensa deportiva, elaborada en general con poco esmero periodístico.

Palabras clave

Deporte y medios de comunicación; Calidad; Prensa escrita; Estudio internacional; Fútbol.

Abstract

Contents and Patterns of the Construction of Sports Reporting in Print Media - Results of an International Comparing Survey

Sport is world-wide one of the most important media topics, however internationally investigations of sport reporting so far are rather. In this contribution the results of a study for international sport reporting in daily papers are presented with data from ten different countries. The explorative field study examines the distribution of topics, the construction principles of contents as well as further quality criteria of sport reporting in three different types of newspapers. Apart from the dominance of football and above all male sport stars the International Sports Press Survey proves a globalization of sport reporting with small journalistic care.

Key words

Mass media sport; Quality; Printed press; International study; Football.

Introducción

El deporte es uno de los temas más importantes en los medios de comunicación de todo el mundo. En la mayoría de los países, las retransmisiones en directo de los grandes acontecimientos deportivos suelen obtener las mayores cuotas de audiencia y una gran participación global en el mercado. Así como en cuanto a la televisión se dispone de gran cantidad de datos sobre el deporte en los medios, el área de la prensa escrita apenas ha sido investigada en el ámbito internacional. ¿Se da también en los periódicos la simplicidad temática y la falta de orientación hacia el problema de la información que se

observa en televisión? ¿Existen diferencias nacionales en la información deportiva entre los distintos países o se basa el deporte en la prensa escrita de todo el mundo en unos principios de elaboración similares? Hasta el momento apenas existen en la investigación científica respuestas a estas preguntas. Este artículo quiere ayudar a cubrir el vacío existente.

Tras hacer una revisión de la literatura existente y presentar la perspectiva teórica, se expone el diseño de un estudio internacional de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita de todo el mundo. Los resultados, publicados por primera vez en Noviembre

2005 en Copenhague,¹ se muestran en este artículo desde una perspectiva internacional y en algunos casos con un enfoque nacional referido a Alemania, para pasar finalmente a su discusión y evaluación.²

Estado de la cuestión

En un primer momento, las investigaciones sobre el deporte en la prensa escrita en Alemania se basaban la mayoría de las veces en análisis de contenido de periódicos cotidianos (Laaser 1980; Binnewies 1983; Becker 1983a). Con la llegada de revistas más orientadas a la calidad como *SPORTS* y la reacción de los medios impresos a la creciente importancia de la televisión deportiva se reavivó de nuevo la discusión y el interés por estas investigaciones (Bizer, 1988; Fey, 1994). Además, éstas cada vez se centraron más en las informaciones de las agencias de noticias como base informativa para los medios impresos (Muckenhaupt, 1990; Niemeyer y Wilke, 1998). Los artículos se limitaban en la mayoría de los casos a recoger datos básicos como frecuencias estadísticas o a presentar informes basados en la práctica, no se trataba en ningún caso el aspecto internacional de la información.

La investigación adquirió nuevos tintes cualitativos cuando se introdujo el concepto de la *construcción de la realidad* producida por los medios, cuya base en cuanto al deporte fue establecida por Becker (1983b). Las reglas de construcción que éste expone para la información deportiva fueron analizadas de modo distinto por Tewes (1991) y Horky (2001) y descritas como base de una escenificación de los medios. Loosen (1998) introdujo en su investigación el análisis de los factores que influyen en las noticias referidas a la información deportiva.

Wipper (2003) ofrece una visión del cambio histórico de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita así como su situación actual, profundizando además en el sensacionalismo, el culto a las estrellas y la tendencia nacionalista, tres puntos críticos centrales de la prensa deportiva alemana. En la investigación de países de lengua inglesa se llega a resultados similares. Wanta (2006) nos presenta una visión general en lo que se refiere a calidad, sexo, idioma y grado de organización. Maguire (2006) y Whitson (1998) se ocupan del aspecto del proceso simultáneo de una globalización y una construcción de la

identidad nacional mediante el deporte, centrándose en el deporte masculino internacional de élite.

Además de la falta de una revisión actualizada, sorprende sobre todo que, a pesar de la globalización del deporte y del mercado mediático, no exista todavía ningún trabajo que realice una comparativa internacional de la cobertura informativa de distintas disciplinas deportivas en la prensa escrita.³ Una primera aproximación se encuentra en Burk y Schauer (2007), que presenta con detalle el mercado de los diarios deportivos de todo el mundo. Queda por estudiar si se encuentran diferencias nacionales en los modelos de construcción o si el concepto de deporte es en general idéntico o no. En resumen podemos afirmar que en los estudios sobre los medios de comunicación internacionales referidos al tema del deporte existe una laguna de investigación que se intenta paliar, en parte, en la que ahora se presenta.

Marco teórico y observaciones metodológicas

Para poder descubrir las peculiaridades nacionales de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita, parece razonable realizar una aproximación a la teoría de la construcción de la realidad del deporte mediático. El planteamiento analiza el contenido de la información examinando los criterios de construcción del mensaje; es decir, los modelos de trabajo periodístico.

Se considera función primaria del periodismo la presentación de temas para la comunicación mediática actual. Esta se realiza de acuerdo a los procedimientos operativos del sistema, no como imagen de la 'Realidad'. Los medios suministran esbozos de la realidad; sus periodistas construyen la realidad. Esta construcción de la realidad de los periodistas se somete naturalmente en gran medida a las condiciones institucionales de los medios y a las normas y modelos profesionales (Weischenberg, 1998, pp. 61-67).

En el punto de mira se encuentra la comparación internacional de estos esbozos de la realidad en forma de temas, y las reglas y modelos del trabajo periodístico. Los *modus operandi* del sistema del deporte en la prensa se orientan por la variable de la calidad, garantizada por diversos criterios de construcción. Weischenberg (1995, p. 139) resume que "supondría una infravaloración de

¹ Ver Schultz Jörgensen (2005).

² En territorio germanoparlante existen varias publicaciones de resultados parciales: ver Ternieden/Stukenbrock/Feicht (2006), Feicht/Stukenbrock/Ternieden (2006) y en Suiza NZZ Online (2006) así como App (2006).

³ Sobre la globalización del periodismo deportivo, véase Frütel (2005). Para la televisión disponemos de distintas comparativas internacionales, ver Burk (2006), Goldmedia (2005) o televisión digital (2005).

los lectores el presentar el deporte sin tener en cuenta los baremos de calidad sobre los que (todavía) existe un consenso en la sociedad de los medios a la hora de valorar las producciones periodísticas”.

La calidad de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita representa además una función necesaria y complementaria frente a la oferta de los medios audiovisuales. La calidad delimita la denominada información de fondo, caracterizada por una gran variedad de temas así como por una esmerada resolución de los problemas provocados por la información rápida, orientada al evento. La calidad de la información deportiva en los medios se hace evidente por la manifestación de distintas variables como la diversidad temática, la orientación según el sexo, la prevalencia de una estructura argumentativa de la información, así como de la orientación nacional o internacional del evento. Es además condición para el periodismo de calidad en la construcción de la información deportiva la utilización de fuentes diversas y diferenciadas como base para la información, probando así una observación propia y ajena esmerada del sistema. La existencia de estas variables puede ser la base de la construcción mediática diferenciada de las distintas realidades (nacionales) de la prensa deportiva.

Aunque al observar los sistemas periodísticos internacionales pueden detectarse claramente diferencias en la “situación de los medios en el mundo”, en el cuerpo de análisis disponible para este estudio hay que partir no obstante del “tipo occidental-liberal” y por tanto es viable una comparación de los criterios de construcción nacional –pero teniendo en cuenta las peculiaridades específicas del medio (Kleinstauber 1994)–. Es por ello preciso estudiar el tema de la investigación del deporte en los medios diferenciando tipos de periódico (supraregional, regional, local, sensacionalista), cuyos diferentes principios de organización (por ejemplo, tiempo de publicación, principios de ventas, distribución) influyen en la construcción de la información deportiva. Además, cabe suponer que, dado que los sistemas deportivos de características nacionales se encuentran fuertemente anclados en la tradición, pueden aparecer peculiaridades nacionales en los aspectos temáticos principales del contenido de las distintas modalidades deportivas. Por este motivo, es necesario recurrir al diferenciado paisaje periodístico y, más concretamente, a la tradición deportiva de los distintos países para llegar a las características nacionales de la construcción del deporte en la prensa escrita, dada la disparidad organizativa o tradicional de los sistemas. Los demás principios de construcción para la calidad del periodismo deportivo no dependen

por el contrario de las peculiaridades sociales nacionales y otras características, puesto que cabe suponer que los medios analizados imponen estándares de calidad a la información que permiten una revisión comparativa internacional. En base a todo esto parece apropiado un análisis comparativo internacional de contenido sobre los mecanismos de construcción del deporte en los medios impresos.

Diseño del estudio

En Febrero de 2005 el director de proyecto Jens Sejer Andersen (Danish School of Journalism) realizó un primer llamamiento a la colaboración en un proyecto internacional de investigación sobre la cobertura informativa del deporte en la prensa diaria. Respondieron a su llamada participantes de diez países: Australia, Dinamarca, Alemania, Inglaterra, Noruega, Austria, Rumanía, Escocia, Suiza y EEUU. No acudieron finalmente los dos ofrecimientos de Kenia y Uganda, por lo que finalmente en el estudio participaron representantes de tres continentes (Europa, América, Australia). En cada uno de los países se codificaron para su análisis, en la medida de lo posible, el periódico de mayor venta en la calle (periódico sensacionalista), el mayor periódico supraregional de suscripción (periódico de calidad) y también el mayor periódico regional; en algunos países se completó el abanico nacional mediante otros periódicos. Como criterio de selección se tomó el número de ejemplares vendidos, pero este dato se manejó por motivos económicos de formas distintas en los diferentes países. La valoración de los periódicos alemanes (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Bild-Zeitung*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, *Hannoversche Allgemeine Zeitung* y *Hamburger Abendblatt*) se realizó en el Institut für Sportjournalistik (HISpoJo) de Hamburgo. Se fijó como período de estudio 14 días (dos semanas) entre abril y julio 2005; se incluyó en el análisis la información deportiva de 37 periódicos cotidianos.

Como base para el presente análisis de contenido se utilizó un estudio de periódicos escandinavos (Schultz Jørgensen, 2002), cuyo sistema de categorías fue mejorado y completado en un proceso de coordinación de todos los participantes para recoger los intereses internacionales. Fue necesario simplificar la operacionalización de las categorías debido a la gran diversidad del paisaje periodístico y a las diferencias en modo y forma de la información en los distintos países. Por este motivo, el presente análisis puede utilizarse únicamente como primera base para estudios posteriores.

Se tomó como unidad de análisis un artículo de las páginas deportivas de un periódico, al que se le asignó en la codificación una categoría principal en cada variable. No se codificaron las noticias breves o telegráficas, las fotos, las ilustraciones independientes, los resultados estadísticos (listado de resultados) o las indicaciones de calendario. Se tuvieron en cuenta un total de 13 variables en el libro de códigos que recogían además de los datos estadísticos de los artículos sobre todo datos de contenido sobre el sexo del editor, el tipo de presentación, modalidad deportiva y tipo de evento, el tema básico del artículo, su implicación geográfica, la forma de orientar el problema, el sexo de los objetos de la información así como las fuentes de la información. La adecuación del sistema de categorías se comprobó mediante varios tests previos en los países participantes y se recogió, tras realizar algunas pequeñas modificaciones, en un manual de codificación claro, homogéneo para todos los países. La introducción de datos se realizó a través de una máscara de Internet. En el análisis de contenido se incluyeron un total de 10.007 artículos. (Ver *tabla 1*)

Este complejo estudio estuvo financiado y dirigido por el Danish Institute for Sports Studies y el centro de investigación a él asociado Monday Morning en colaboración con ‘Play the Game’, una conferencia internacional de deporte y sociedad.

Resultados

Al presentar los resultados debe valorarse especialmente el carácter internacional del estudio ya que sólo en dos variables se apreció una diferencia entre los periódicos alemanes y los restantes.

Disciplinas deportivas y tema

La comparación del contenido de la información según disciplinas deportivas demuestra el predominio internacional del fútbol en los medios impresos. Más de un tercio de los artículos trataban el deporte del fútbol, el resto de las modalidades deportivas ocupaban una pequeña proporción del conjunto de la información. (Ver *fig. 1*)

Aunque la elección del período de realización del estudio limita la validez de los resultados, por ejemplo en lo que se refiere a deportes de invierno, el claro dominio del tema del fútbol resultó desde un principio sorprendente. La evaluación de los temas por naciones muestra no obstante el fuerte influjo del fútbol que existe en los países europeos y que no se detecta en otros continentes.

País	Nº de artículos
Australia	1.131
Dinamarca	713
Alemania	1.739
Inglaterra	1.392
Noruega	325
Austria	872
Rumanía	467
Escocia	1.193
Suiza	661
USA	1.514
10 países	10.007

Tabla 1
Número de artículos codificados

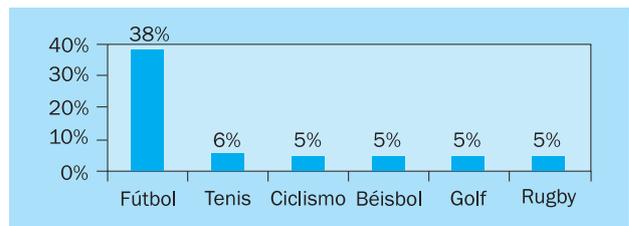


Figura 1
Información sobre disciplinas deportivas, total
(n = 10.007 artículos)

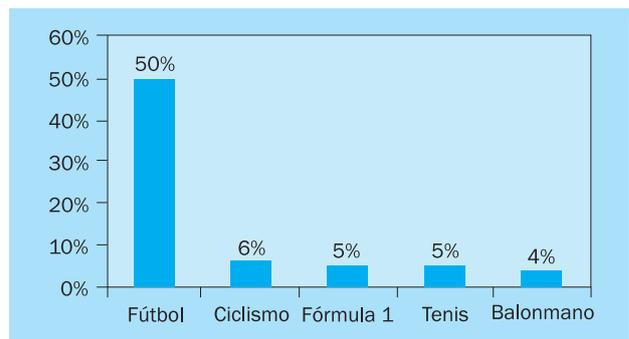


Figura 2
Información sobre disciplinas deportivas, Alemania
(n = 1.739 artículos)

Incluso en años en los que no se celebran grandes eventos futbolísticos como puede ser una Copa de Europa o un Mundial, la mitad de todos los artículos de la prensa periodística tratan de fútbol. Aun es mayor esta proporción en Noruega (56%), Escocia (61%) y Rumanía (75%). En Alemania, le siguen al fútbol, a gran distancia, ciclismo (6%), tenis (5%), Fórmula 1 (5%) y el balónmano (4%) (*fig. 2*) La gran proporción de artículo-

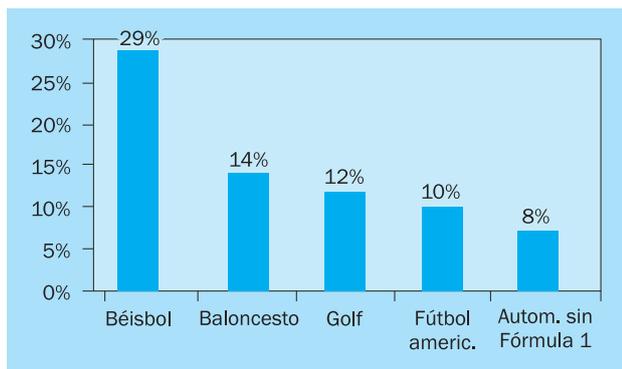


Figura 3

Información sobre disciplinas deportivas, USA (n = 1.514 artículos)

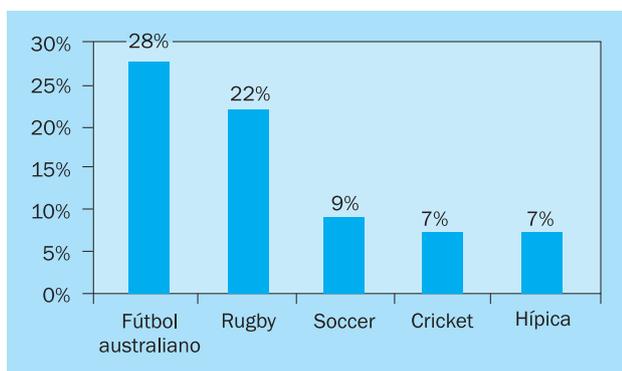


Figura 4

Información sobre disciplinas deportivas en Australia (n = 1.131 artículos)

los sobre ciclismo se explica por el período en el que se realizó el estudio. En aquel momento se enfrentaban por el maillot amarillo Lance Armstrong y Jan Ullrich en el Tour de France por última vez. En la Fórmula 1 las pocas informaciones puntuales que se encuentran giran en torno a carreras de domingo; sólo el fútbol era un tema diario.

En otros continentes obtenemos, por el contrario, una lista de rangos totalmente distinta de los deportes preferidos en los medios impresos: así en USA (fig. 3) predominan el béisbol y el baloncesto en los primeros puestos por delante del golf. La temporada de fútbol americano se encontraba durante el tiempo de realización del estudio en su fase preliminar. En Australia (fig 4), por otro lado, los periódicos se centran sobre todo en el fútbol australiano –una modalidad típicamente nacional que en otros países no despierta absolutamente ningún interés. Esta fuerte tendencia nacional en la construcción de los centros temáticos de la prensa escrita respecto al deporte confirma asimismo los resultados de Burk (2006) en la comparación de los horarios de re-

transmisión de televisión en Europa. De hecho solo el fútbol adquiere en los medios impresos la categoría de deporte global de medios.

La variable de la composición del contenido de los temas de información muestra que la prensa se centra en el deporte profesional de alto rendimiento –a menudo sin preguntar las causas y las consecuencias–: el 58 % de todos los artículos de todo el mundo analizados trata temáticamente las competiciones actuales –ya sea información previa o posterior–. Rara vez se presentan temas distintos a la orientación por los resultados en el deporte de élite actual. Esto se ha visto claramente en los 1.741 artículos de los seis periódicos alemanes estudiados. Temas como la política del deporte (113 artículos), la cultura de los fans (49) o el dopaje (42) son más bien secundarios. Apenas se tematizan en las páginas deportivas de los periódicos asuntos como la relación del moderno deporte de exhibición con la economía, las tendencias a los eventos de relaciones públicas y los inmensos intereses (comerciales) propios de los medios. Bien es cierto que estos temas aparecen en informes no incluidos en la sección deportiva sino entre la información de medios o la económica, pero estas secciones no se incluyeron en el estudio. Desde la perspectiva deportiva de primera línea tampoco el deporte amateur o juvenil recibe gran atención a pesar de los casi 24 millones de personas que están asociadas a Confederación Olímpica Alemana del Deporte (Deutsche Olympische Sportbund): sólo seis de cien artículos tratan estos temas.

Sexo

Queda muy clara la conclusión de que en el 86 % de los casos el foco de la información de todo el mundo se centra en el sexo masculino –incluso en una doble vertiente–: los deportistas masculinos son el centro de una información transmitida casi exclusivamente por periodistas hombres. Sólo aproximadamente un 5 % de todos los artículos fueron escritos por mujeres. En Alemania la proporción de autores femeninos en el deporte es aún menor: sólo un 2 % aproximadamente de los textos firmados en los medios impresos analizados estaban escritos por mujeres periodistas. Este desequilibrio se refleja aún más en el ejemplo del fútbol: sólo un texto de cada cien estaba escrito por una mujer. En el 3 % de todos los artículos relacionados con el tema del fútbol informaban mujeres en colaboración con algún compañero masculino.

Esta constelación varía un poco si nos acercamos a Noruega, país de política marcadamente neutral en

cuanto al sexo. Uno de cada cinco artículos recogidos en las páginas deportivas de los diarios noruegos analizados hablaba del deporte femenino. Quizá esto se deba al hecho de que hay más artículos escritos por mujeres que en cualquier otro país (12 %). Pero incluso aquí la tasa de mujeres en la información futbolística (8 %) se encuentra por debajo de la media general. La mayor proporción de informadoras sobre fútbol se recoge en una nación en la que este deporte desempeña un papel secundario, pero que como deporte escolar es practicado sobre todo por mujeres; se trata de Estados Unidos. En los medios impresos americanos estudiados se apreció que aproximadamente el 20 % de los textos de fútbol estaban escritos por mujeres.

Estos resultados concuerdan con estudios anteriores similares sobre la proporción de ambos sexos en el periodismo deportivo (Wanta, 2006), pero es conveniente diferenciar los distintos medios de comunicación. En el estudio a nivel mundial sólo se valoraron informes de la prensa escrita diaria en los que era posible determinar el nombre del autor o autora; no se pudieron categorizar los textos o artículos de agencia sin indicación de nombre. Tampoco se incluyó a las moderadoras de televisión o radio. Una explicación posible para el desequilibrio existente puede encontrarse en el modo de reclutamiento de personal del periodismo deportivo, que toma sus recursos del deporte en el que existe un claro predominio masculino (Schaffrath, 2002).

Fuentes

Una prueba clara de calidad en la construcción del deporte en los medios es la cantidad y el tipo de fuentes usadas para tratar la información. Como fuente de información deben utilizarse las distintas personas entrevistadas durante la investigación realizada así como citas de otros medios. Las informaciones rápidas, orientadas por un evento actual, pueden basarse, dado el poco tiempo del que disponen para su elaboración, sólo de unas pocas fuentes; recogen información sobre todo de actores directos del deporte, como pueden ser deportistas, personal de entrenamiento, gerentes o funcionariado del deporte. Para un periodismo de calidad en el sentido de una información de fondo de carácter argumentativo son necesarias distintas fuentes recogidas también de otros sistemas (política, economía).

El estudio muestra que en el periodismo de la prensa escrita parece haber poco tiempo para realizar una investigación amplia y detallada: el 40% de los artículos recogidos en todo el mundo sólo hacían referencia a una fuente, en más de un 20% no se citaba ninguna.

La figura 5 demuestra que apenas se aplica el principio de calidad periodística previsto en el periodismo deportivo mundial de contrastar informaciones con una segunda e incluso una tercera fuente; apenas se ha podido encontrar una investigación con diversas fuentes. En los seis periódicos alemanes se detecta una tendencia similar. En más de un quinto de los artículos los autores no mencionaban ninguna de las fuentes de sus escritos, de hecho apenas algo más del 20 % cita tres o más fuentes. Esto supone una pequeña superación del valor internacional recogido. Es necesario diferenciar el resultado final de la investigación en el periodismo deportivo alemán por tipos de periódicos: en los periódicos de calidad se ha trabajado periodísticamente con marcado esmero, citando diversas fuentes para los artículos; por el contrario, los periódicos comerciales regionales y los vendidos en la calle citan menos fuentes en sus informaciones.

Una excepción en el uso de diferentes fuentes son los periódicos analizados en los Estados Unidos de América. (Fig. 6)

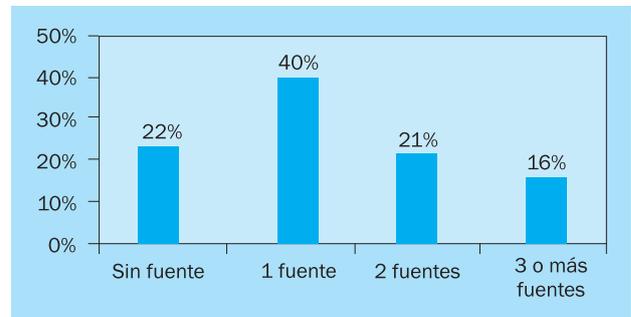


Figura 5
Número de fuentes citadas (n = 10.007 artículos)

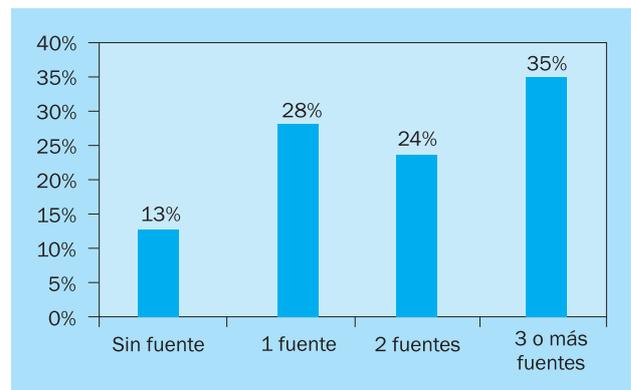


Figura 6
Número de fuentes citadas, USA (n = 1.502 artículos)

Esta visible desviación de los datos frente a todos los demás países no es justificable desde un punto de vista estadístico, por lo que habría que realizar una revisión cualitativa. Cabe pensar en los siguientes motivos: en comparación con Europa el panorama periodístico de USA presenta una estructura distinta, de modo que las diferencias de modo y cantidad de la investigación pueden tener una justificación estructural. Además el análisis realizado en USA recogió no sólo el periódico callejero *US Today* sino también cuatro diarios regionales y supra regionales; una posible causa puede ser, pues, la selección de los medios analizados.

Un indicio también interesante de calidad en la información deportiva en el periodismo impreso internacional son los distintos tipos de fuentes en la investigación. Una información de gran calidad tiene que basarse en fuentes de origen diverso para poder presentar perspectivas diferenciadas. No obstante, los artículos analizados recogen en su mayoría las palabras del personal de entrenamiento, deportistas y personal funcionario de las asociaciones del sistema deportivo. En el promedio internacional se han citado muy pocas veces personas que no estuvieran directamente relacionadas con el deporte, como pueden ser políticos e instituciones gubernamentales (2%), economistas o asociaciones ajenas al deporte (2%) o cien-

tíficos (1%). Este modo de pensar y trabajar del periodismo deportivo internacional, centrado principalmente en el sistema, suministra unos resultados casi idénticos a los de los diarios alemanes. En conjunto los resultados concurren en gran medida con las conclusiones de otras fuentes que critican también en el periodismo actual la pobreza de las fuentes y una gran proporción de publicaciones de relaciones públicas (ver Message, 2005). La gran presión de la actualidad (de las competiciones) y la carencia de personal en las redacciones parece provocar en el periodismo deportivo diferencias en la fundamentación de la información. El significado de una investigación profunda y amplia, considerada como medida esencial de la calidad en el periodismo, pierde por tanto relevancia en la información deportiva internacional. (Fig. 7)

Orientación hacia el problema

Únicamente un 37% de la totalidad de los artículos analizados presentan una orientación hacia el problema; es decir tratan en primera línea los problemas subyacentes y no sólo los resultados. Hay diferencias llamativas entre las distintas naciones en el modo en el que los periodistas se acercan al tema. (Fig. 8)

Figura 7
Tipo de fuentes citadas
(n = 10.007 artículos)

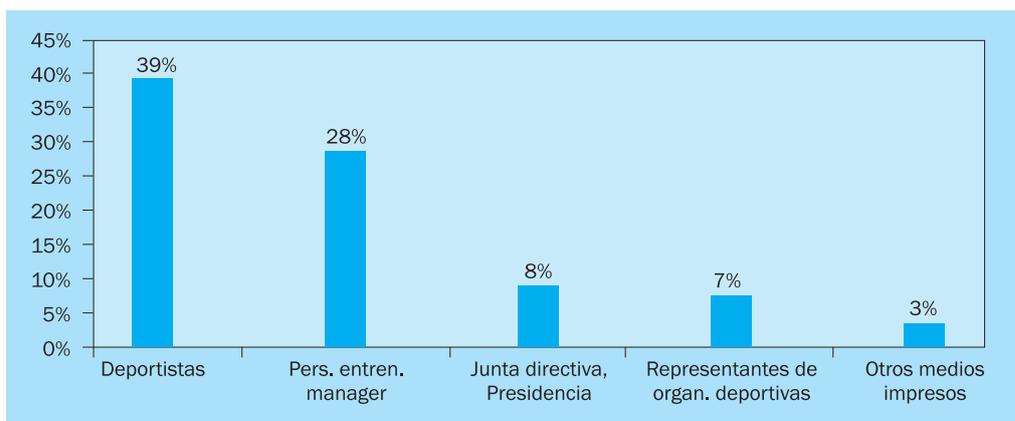
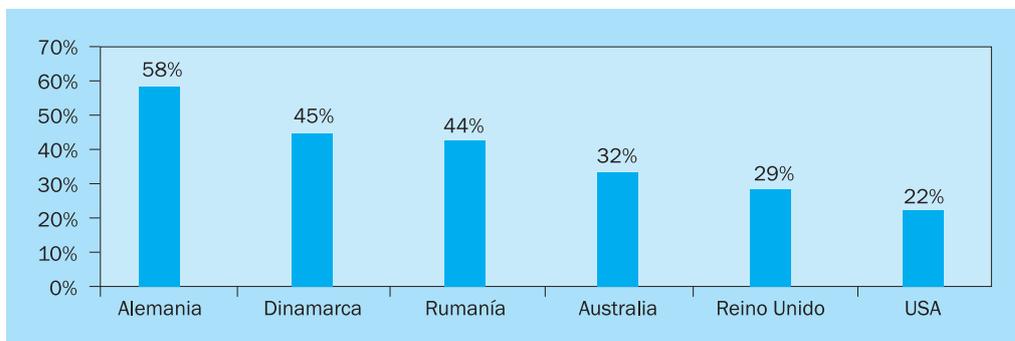


Figura 8
Proporción de artículos orientados al problema diferenciados por países
(n = 10.007 artículos)



La selección de los periódicos elegidos en USA tiene su efecto sobre el tema de la orientación al problema: aun cuando en EEUU se utiliza el mayor número de fuentes, éstas no derivan en informes orientados al problema, puesto que Estados Unidos ocupa con el 22 % el último lugar de la valoración. La información deportiva en la prensa escrita de Alemania obtuvo en la comparativa internacional con un 58 % el valor más alto en informes con orientación a un problema. Esto supone por un lado una alta calidad de la cobertura informativa para la prensa escrita analizada y confirma para Alemania la tendencia ya observada de proporcionar ofertas complementarias y una información de fondo frente a los actuales medios de comunicación por ondas. El criterio ‘orientación al problema’ requiere sin embargo un gran cuidado en su interpretación por la dificultad en el discernimiento. ¿Basta para considerar un artículo orientado al problema con que el autor mencione la alineación del equipo?, ¿o es necesario que tematice de modo concreto consecuencias tácticas, por ejemplo, de las lesiones deportivas? ¿En que momento es lo suficientemente intenso el tratamiento de un tema como para hablar de orientación al problema? Estas cuestiones plantearon inexactitudes en la codificación.

Hay que aplicar también estos criterios para valorar las diferencias entre los diarios alemanes. Según esto, el 87 % de todos los artículos deportivos de la *Süddeutschen Zeitung* se orientaban al problema, el 75 % en *Bild-Zeitung*, pero sólo el 57 % en *FAZ*. Este irritante resultado del estudio se debe posiblemente a la diferente *calidad de la orientación al problema* en los textos periodísticos que se dejó notar en las divergencias entre los periódicos de calidad supra regionales y el periódico sensacionalista. Aunque ambos tipos de prensa en el proceso de codificación parecían como orientados al problema, no fue posible enjuiciar la calidad de estos problemas. Habría que diferenciar en un estudio cualitativo posterior, por ejemplo, entre la elaboración argumentativa de problemas y la iniciación de escándalos y descripción de conflictos sin mencionar las causas y las fuentes. En futuros estudios debería operacionalizarse y categorizarse, en base a estas experiencias, el parámetro de la *escenificación mediática de conflictos*.

Globalización y eventos

La variable de la globalización de los centros temáticos obtuvo en su valoración primera unos resultados contradictorios: aunque, como se mencionó en el aparta-

do sobre los temas tratados, emergen claramente intereses nacionales y tradiciones, al plantear la organización de los acontecimientos en los artículos no se puede pasar por alto en todo el mundo una internacionalización de la perspectiva. La International Sports Press Survey demuestra que en los periódicos analizados hasta un 55 % se centraban en contenidos de carácter nacional, pero en todo el mundo más de un tercio de todos los artículos (35 %) trataban contenidos internacionales. Se ha podido realizar además una nueva diferenciación de los artículos que tratan eventos internacionales según el origen del agente. También aquí destacan en primer lugar atletas nacionales, provenientes del país del periódico (49 %), pero el 44 % de las colaboraciones con perspectiva internacional enfocaban la información hacia atletas internacionales.

En los periódicos alemanes analizados la información sobre eventos internacionales ocupaba una proporción del 35 % del total de la información. De esta parte incluso el 52 % de los artículos trataban de un deportista internacional o una deportista internacional, sólo en el 46 % de los casos se centraban en atletas de Alemania. Esto puede explicarse por la disminución constante de los éxitos de los atletas nacionales en algunas disciplinas deportivas, mientras el valor informativo de las noticias del deporte global va en aumento. Así, por ejemplo, deportistas de Alemania competían hace algunos años en campeonatos internacionales de alto rango, el Grand Slam en tenis o en partidos decisivos de la Copa de Europa en fútbol, en este momento son atletas de otros países los que se encuentran en el punto de mira. Como el interés de los medios en eventos deportivos Wimbledon, Champions League y otros sigue siendo muy marcado, se refuerza en los medios periodísticos claramente la información sin enfoque nacional.

En el conjunto de la base de los datos –aunque presente sólo una pequeña parte de todo el panorama de la prensa– es notable que las páginas deportivas de la prensa cotidiana informen casi exclusivamente de grandes acontecimientos deportivos internacionales, como el Tour de France, la Champions League o grandes competiciones e importantes personalidades del deporte, mientras apenas tratan los pequeños eventos deportivos, sobre todo si carecen del aspecto del deporte de alta competición. El hecho que Naciones Unidas (ONU) declarara como gran acontecimiento el año 2005 como “año internacional del deporte y de la formación deportiva”, sólo se mencionó en tres de los 10.007 artículos de todo el mundo analizados.

Discusión y conclusiones

Antes de efectuar una valoración de los resultados, hay que remarcar en la conclusión la escasa amplitud del estudio. A pesar de su relevancia como único análisis comparativo internacional de este tipo realizado hasta el momento, quedan claras las carencias descritas, sobre todo en el diseño del estudio. La selección de los periódicos se basó en la amplitud de la tirada, pero en algunos países podríamos considerarla incluso arbitraria y se debe más bien a motivos de economía en la investigación. Sobre todo, el periodo de realización del estudio limita la significación de los resultados –por ejemplo por las variaciones de las diferentes temporadas– tampoco aquí fue posible, por motivos económicos, hacer extensible el análisis a un período de un año o cualquier otro plazo de tiempo más representativo. Además, falta la homogeneidad en el análisis del artículo, cuya valoración de contenido en la codificación fue a menudo muy difícil de determinar. No existe, por ejemplo, una diferenciación de la información deportiva por núcleos temáticos y otros criterios relevantes. La ausencia de continentes como Asia o África con otros sistemas mediáticos exige una continuación del estudio con una mayor participación. Como es muy difícil elaborar otros diseños de análisis, por su carácter internacional, es necesario afirmar finalmente que el análisis realizado en esta forma puede considerarse, a pesar de las carencias descritas, como practicable y adecuado.

El tipo y la situación del estudio parecen por tanto no sólo adecuados sino, a la vista de la creciente globalización de los medios y del deporte, totalmente necesario (Frütel, 2005, pp. 92 y ss.). Además los resultados de otros análisis, como por ejemplo los índices de audiencia de la televisión en los eventos internacionales o la aceptación del fútbol en Europa,⁴ corroboran, a pesar de todas las limitaciones de los resultados, una cierta validez del estudio explorativo.

Cabía esperar, según los resultados de las investigaciones actuales, hechos como la importancia internacional del fútbol y el predominio en la mayor parte de los casos de las figuras deportivas y entrenadores masculinos en las competiciones actuales; se confirman las previsiones ya existentes (Becker 1983b; Wipper 2003; Wanta 2006). Destacan en el análisis internacional de la prensa escrita sobre todo los resultados referidos a la poca calidad de la información deportiva teniendo en cuenta como variables el número y el tipo de fuentes,

la orientación al problema, así como el incremento de la globalización de la información deportiva a pesar de la diversidad nacional en los temas (disciplinas deportivas). La información deportiva no se produce pues en islas nacionales, sino que hay que tener en cuenta del mismo modo la perspectiva internacional del deporte; también los estudios sobre la información deportiva requieren esta orientación y deben tener en cuenta en el futuro de modo reforzado la interdependencia con otros sistemas (Schwier y Schauerte, 2006). En este punto se evidencia la gran importancia del carácter internacional de la investigación realizada, que permite contemplar de modo más diferenciado los resultados de específicos nacionales nacional y que deja clara la diversidad de los principios constructivos del deporte según los países.

Las variables de la orientación al problema y el número y tipo de fuentes ponen además de manifiesto que la información deportiva en la prensa escrita en el contexto internacional presenta, sobre todo en la diferenciación por tipos de periódico, unas características diferenciadas de construcción de la calidad periodística. Primordialmente los periódicos supra regionales de abonados destacan claramente como más orientados al transfondo y mejor planteados desde el punto de vista argumentativo que otros medios impresos. Temáticamente, sobre todo en Europa, el foco de atención es el fútbol, pero la clara perspectiva internacional de la información, que se dirige a su vez a atletas internacionales, demuestra un periodismo deportivo diferente al de otros países, aspectos estos que exigen un futuro análisis pormenorizado de la información internacional.

Referencias bibliográficas

- App, R. (2006). Medien-König Fussball. *St. Galler Tagblatt*, 4 agosto 2006.
- Becker, P. (1983a). Ob FAZ oder Bild, Sport bleibt Sport - zur Bedeutungskorrelation der Sportberichterstattung. En H. Digel (ed.), *Sport und Berichterstattung*. (pp. 74-95). Reinbek: Rowohlt.
- (1983b). Sport in den Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. *Sportwissenschaft*, 13 (1), 24-45.
- Binnewies, H. (1983). Sportberichterstattung in den Tageszeitungen. En H. Digel (ed.), *Sport und Berichterstattung*. (pp. 114-122). Reinbek: Rowohlt.
- Bizer, P. (1988). Sportberichterstattung in den Printmedien. En W. Hoffmann-Riem (ed.), *Neue Medienstrukturen - neue Sportberichterstattung?* (pp. 137-143). Baden-Baden/Hamburg: Nomos.
- Burk, V. (2006). Fußball auf europäischen Bildschirmen. En E. Müller y J. Schwier (ed.), *Medienfußball im europäischen Vergleich*. (pp. 29-46). Köln: Halem.
- Burk, V. y Schauerte, T. (2007). Das Angebot von Sport in den Me-

⁴ Ver Goldmedia (2005) y Sportfive (2002).

- dien international. En T. Schierl (ed.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. (pp. 69-80). Schorndorf: Hofmann.
- Digitalfernsehen (2005). Studie: Fußball ist Europas beliebteste Sportart im TV. *Digitalfernsehen*, 10 marzo 2005, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_24066.html [Acceso el 10.03.2005].
- Feicht, N.; Stukenbrock, C. y Ternieden, H. (2006). Ewig lockt der Fußball. *Journalist*, H. 5, 16-18.
- Fey, U. (1994). Linford Christie gegen Carl Lewis. Die Sportreportage in der F.A.Z. En J. Hackforth y C. Fischer (ed.), *ABC des Sportjournalismus*. (p.119-149). München: Ötschlager.
- Frütel, S. (2005). *Toy Department for Men. Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus*. Pulheim: MedienSportVerlag.
- Goldmedia (2005). Die neue Weltkarte des Sports: Europäer und Südamerikaner leben Fußball, Inder dagegen Cricket. *Pressemeldung*, <http://www.goldmedia.de> [Acceso: 11.05.2005].
- Horky, T. (2001). *Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung*. Jesteburg: XOX.
- Kleinstauber, H.J. (1994). Nationale und internationale Mediensysteme. En K. Merten, S. J. Schmidt y S. Weischenberg (ed.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. (p. 544-569) Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Laaser, E. (1980). *Die Fußballweltmeisterschaft 1978 in der Tagespresse der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Volker Spiess.
- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: DUV.
- Maguire, J. (2006). Sport and Globalization: Key Issues, Phases, and Trends. En A. Raney y J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*. (p. 435-446). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Message (2005). PR & Journalismus. H.3.
- Muckenhaupt, M. (1990). Wörtlich abgedruckt oder selbst geschrieben? Der Einfluß der Nachrichtenagenturen auf den Sportteil der Tageszeitungen. En H. Allmer & M. Muckenhaupt (ed.), *Sportberichterstattung: Die neue Qualität des Mediensports*. (pp. 115-127), 4 (1).
- Niemeyer, M. & Wilke, J. (1998). Produktion von Sportnachrichten. Eine Untersuchung des Sport-Informations-Dienstes (sid) sowie ein Vergleich mit dem Angebot der Deutschen Presse-Agentur (dpa). En J. Wilke (ed.), *Nachrichtenproduktion im Mediensystem*. (pp. 9-53). Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- NZZ Online (2006). Die Sportpresse als "weltbeste Werbeagentur". *Neue Zürcher Zeitung Online*, 30 junio 2006, <http://www.nzz.ch/2006/06/30/em/articleE8KHJ.html> [Acceso: 02.07.2006].
- Schaffrath, M. (2002). Sportjournalismus in Deutschland. En J. Schwier (ed.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. (pp. 7-26). Hohengehren: Schneider.
- Schultz Jörgensen, S. (2002). Industry or independence? Survey of the Scandinavian sports press. *Mondaymorning*, Special Print, Noviembre 1-8.
- Schultz Jörgensen, S. (2005). The World's Best Advertising Agency: The Sports Press. *Mandagmorgen*, H. 37, 1-7.
- Schwieber, J. & Schauerer, T. (2006). Ökonomische Aspekte des Medienfußballs. En E. Müller y J. Schwier (ed.), *Medienfußball im europäischen Vergleich*. (pp. 13-28). Köln: Halem.
- Sportfive (2002). *European Football. Markets, Events, Clubs, Media, Brands*. Hamburg: Sportfive GmbH.
- Ternieden, H.; Stukenbrock, C.; Feicht, N. (2006). Globaler Sportjournalismus: Eine Männerwelt - beherrscht vom König Fußball in Europa. *Olympisches Feuer*, H. 2, 18-19.
- Tewes, G. (1991). *Kritik der Sportberichterstattung. Der Sport in der Tageszeitung zwischen Bildungs-Journalismus, Unterhaltungs-Journalismus und "1:0-Berichterstattung" - Eine empirische Untersuchung*. Tesis doctoral no publicada, Universität Düsseldorf.
- Wanta, W. (2006). The Coverage of Sports in Print Media. En A. Raney y J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*. (pp. 105-115). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Weischenberg (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (1998). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Whitson, D. (1998). Circuits of Promotion: Media, Marketing and the Globalization of Sport. En L. A. Wenner (ed.), *MediaSport* (pp. 57-72). London/New York: Routledge.
- Wipper, H. (2003). *Sportpresse unter Druck. Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Printmedien*. Conferencia inaugural. Freie Universität Berlin.