



EL ROL DEL PERIODISMO EN LOS CASOS MEDIÁTICOS POR FUTBOLISTAS  
SELECCIONADOS CHILENOS DE LA GENERACIÓN DORADA.

Autor(a): Matías Ignacio Leiva Inguerzon, Marcial Andrés Salinas Weisse

Profesor(a) guía: Felipe Cisterna

Artículo para optar

GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y  
TÍTULO DE PERIODISTA

Santiago, noviembre 2023

<b>I.</b>	<b>PROBLEMATIZACIÓN .....</b>	<b>4</b>
	1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	5
	1.3 HIPÓTESIS .....	5
	1.4. OBJETIVO GENERAL .....	6
	1.5 OBJETIVO ESPECÍFICO .....	6
<b>II.</b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
	2.1 ÉTICA PERIODÍSTICA .....	6
	2.2 PRENSA ROSA Y AMARILLISTA.....	10
	2.3 LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING .....	12
<b>III.</b>	<b>DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>14</b>
	3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	14
	3.2 TIPO DE ESTUDIO .....	14
	3.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	15
	3.3.1 ENTREVISTAS.....	15
	3.3.2 ANALISIS DE CONTENIDO.....	16
	3.4 MUESTRA .....	16
	3.4.1 MUESTRA ENTREVISTA .....	17
	3.4.1.1 PERIODISTAS DEPORTIVOS .....	17
	3.4.1.2 EXPERTOS Y ACADÉMICOS .....	17
	3.4.2 ANALISIS DE CONTENIDO .....	18
<b>IV.</b>	<b>CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS.....</b>	<b>19</b>
	4.1 ENTREVISTAS .....	19
	4.1.1 PERIODISTAS .....	19
	4.1.2 EXPERTOS Y ACADÉMICOS .....	20
	<b>4.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO .....</b>	<b>21</b>

<b>V.</b>	<b>ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS.....</b>	<b>23</b>
	<b>5.1 ANÁLISIS DE ENTREVISTADOS.....</b>	<b>24</b>
	5.1.1 PERIODISTAS.....	24
	5.1.2 EXPERTOS Y ACADÉMICOS.....	26
	5.1.3 ANÁLISIS CRUZADO PERFIL PERIODISTAS...	28
	5.1.4 ANÁLISIS CRUZADO PERFIL EXPERTOS Y ACADEMICOS...	30
	<b>5.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO.....</b>	<b>32</b>
	5.2.1 LA TERCERA.....	32
	5.2.2 PUBLIMETRO.....	35
	5.2.3 SEGMENTACIÓN DE LA MUESTRA .....	37
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>39</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>44</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>45</b>

## 1.1 PROBLEMATIZACIÓN

A lo largo de la historia del fútbol chileno se han presenciado diversos casos de indisciplina y actitudes polémicas dentro y fuera del campo de juego. La prensa ha sido la encargada de dar a conocer los hechos ocurridos por los mismos futbolistas profesionales. Actitudes en las cuales se han visto agresiones y simulaciones por los mismos deportistas.

Los medios son los primeros en comunicar a la ciudadanía, por medio de la televisión, radio, redes sociales y periódicos. En muchos casos el manejo de la información por parte de los medios se ha cuestionado, y es acá donde se discute la objetividad del periodismo deportivo cuando hablamos de actos de indisciplina de futbolistas chilenos.

Pero ¿Cómo los medios de comunicación se enfrentan a los hechos? ¿Realizan una cobertura general sobre la polémica? ¿Cómo es su cobertura y avance de los medios años anteriores a la actualidad?

Lo cierto es que han sucedido muchos casos durante la historia del fútbol chileno, como el “Maracanazo”, “El Bautizazo”, el caso del Ferrari de Vidal, entre otros. Algunos pasaron desapercibidos y otros dieron la vuelta al mundo, lo cierto es que el periodismo ha sido fundamental para dar a conocer toda la información disponible. Sin embargo, en muchas ocasiones hay información que se omite, queda oculta o se le quita importancia al respecto. En dados casos, el contexto deportivo influye en el manejo de la información que había.

Por ejemplo, lo sucedido con Arturo Vidal en 2015 en el transcurso de la Copa América que se estaba jugando justamente en Chile fue un caso donde realmente no se le tomó el peso a el accionar del jugador. Hubo ruedas de prensa, una disculpa por parte del jugador y se acabó la polémica. En ese momento la selección estaba en una situación favorable, con un buen equipo, se jugaba de local y donde parecía que había posibilidades de ganar el torneo, acá Vidal era un jugador esencial dentro del equipo.

Considerando esto, si hubiera sido otro jugador menos importante el responsable ¿Se habría llevado el caso de una manera distinta? Es algo que nunca se sabrá, de alguna manera todo Chile olvidó lo sucedido cuando la Selección chilena se coronó campeón de la Copa América.

En muchas ocasiones el periodismo se vuelve una herramienta de doble filo, dónde hay periodistas que dicen más de lo que deberían, pero también hay casos donde no se comunicó todo lo que se podía haber comunicado. Cuando el periodista tiene la misión de hablar sobre lo sucedido con un jugador que en su momento fue una figura pública muy importante y existe cierto aprecio y admiración, es ahí, en ese momento, donde muchos periodistas dejan su profesión y se vuelven hinchas fieles de esos jugadores, disminuyendo el peso de las acciones que pudo llegar a cometer o bajando el perfil de los daños y repercusiones que eso puede significar a una tercera persona afectada. También, tiene que ver mucho con la postura de los medios y lo que se quiere dar a conocer.

Para comprender lo impactante que pueden llegar a ser estos hechos dentro de la cultura, hay que dar cuenta de lo importante que es el fútbol dentro de la sociedad chilena. Un pueblo que en su mayoría sigue continuamente el presente de la selección y los clubes de los cuales son fanáticos, por tanto, se le da más importancia y espacios en los medios de comunicación, lo cual es evidente si se observa los noticiarios en televisión en la sección de noticias deportivas donde el fútbol ocupa casi todo el espacio que hay y mientras los otros deportes solo ocupan un pequeño espacio más cercano a un “repaso rápido”.

Considerando lo anterior, cuando se menciona en televisión a figuras como Arturo Vidal y Claudio Bravo, la gente sigue constantemente su actualidad y, por tanto, cuando se involucran en una polémica hay muchos caminos para abordar la situación por parte de los periodistas. Son ellos mismos los que forman la perspectiva que puede haber de esta figura pública según lo que se decida comunicar.

## **1.2 PREGUNTA PROBLEMÁTICA**

¿Cómo ha sido la cobertura informativa de los medios escritos frente a los casos mediáticos por futbolistas de la selección chilena de fútbol masculina que están dentro de la generación dorada?

### **1.3 HIPÓTESIS**

Los medios escritos nacionales han realizado la cobertura de los casos mediáticos de futbolistas profesionales en nuestro país, donde las causas de los casos cometidos por los deportistas recaen por violencia de género, detenciones y actitudes personales indebidas. Ante estos casos, la mayoría de los medios de comunicación se han centrado en comunicar lo relacionado al ámbito deportivo, dejando de lado los posibles delitos y faltas graves que estos jugadores cometen. Esto ha logrado que en muchas ocasiones los periodistas se vuelvan hinchas y dejen de lado su importante labor de comunicar desde una mirada objetiva y crítica, sin darle la importancia correspondiente a los hechos.

### **1.4 OBJETIVO GENERAL:**

Describir la cobertura informativa de los medios de comunicación escritos frente a los casos mediáticos por futbolistas de la selección chilena que formaron y/o forman parte de la “Generación dorada”.

### **1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar los componentes éticos de los medios escritos a la hora de cubrir estos casos mediáticos
- Definir el tratamiento noticioso por parte de los medios cuando se habla de los futbolistas involucrados en los casos mediáticos
- Caracterizar el enfoque de las noticias a la hora de informar los casos mediáticos

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **• 2.1 Ética Periodística**

La ética periodística “proporciona un marco de trabajo para dirigir las funciones esenciales de los periodistas, establecer políticas y desarrollar estrategias para velar por el correcto desempeño profesional” (*Código de Ética*, 2015 – pág.1). Esto se refiere el presente código

del Colegio de Periodistas de Chile, identificar “el rol” del o la periodista y su ética veraz- la cual debe cumplir y transmitir a la ciudadanía cada situación la cual le toque cubrir e informar.

Si bien su rol es comunicar e informar, en algunos casos los periodistas han pugnado por delimitar la entrega de información en su totalidad cobertura. Si bien, para algunos “resulta muy tentador y beneficioso aprovecharse de esta situación privilegiada, para emplear y difundir la información de manera que se puedan obtener créditos políticos, económicos o sociales, empleando el poder de la palabra en beneficio propio. Logrando a su vez la función social y fundamental del periodismo” (Gómez J., 2012, pág. 7). Todo periodista debe entregar una información veraz y justificada, si bien en algunos casos es manipulada, ya sea por ellos mismos o la persona a cargo del medio de comunicación.

Uno de los puntos importantes que se debe tomar en cuenta cuando se habla de ética periodística, es el saber cuáles son los deberes del periodista, los cuales entrega el ***Colegio de Periodistas de Chile***:

- Primero: Los periodistas están al servicio de la sociedad, los principios democráticos y los Derechos Humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por la veracidad como principio, entendida como la entrega de información responsable de los hechos. El ejercicio del periodismo no propicia ni da cabida a discriminaciones ideológicas, religiosas, de clase, raza, género, discapacidad en todas sus formas, ni de ningún otro tipo, que lleven a la ofensa o menoscabo de persona alguna, o atenten contra la veracidad de los acontecimientos.
- Segundo: El o la periodista difundirán sólo informaciones fundamentadas, sea por la correspondiente verificación de los hechos, en forma directa o a través de distintas fuentes, así como la confiabilidad de estas.
- Tercero: El o la periodista no manipulará, en ninguna circunstancia, ni será cómplice de modificar, alterar u omitir dolosamente la información.

- Cuarto: Es deber de los periodistas recurrir a todos los medios legítimos y necesarios a su alcance, a fin de evitar que se dicten o apliquen disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho de la sociedad de acceder a la información. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán trabajar en favor de su derogación.
  
- Quinto: Ningún periodista podrá hacer uso o invocar la aplicación de leyes que lesionen la libertad de expresión e información, ni aun a pretexto de hacerlo fuera del ejercicio profesional.
  
- Sexto: El periodista deberá establecer siempre, al informar, una distinción clara entre los hechos, las opiniones y las interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de éstos.
  
- Séptimo: El periodista debe transparentar sus fuentes para legitimar ante la sociedad la información entregada. Sólo debe silenciarlas si éstas se lo pidieren, previa confirmación de su idoneidad y confiabilidad, respetando así la confianza otorgada al entregársele antecedentes reservados.

El periodista no inventará fuentes, encubriéndolas como “un cercano”, “un vocero”, “un alto funcionario de la institución”, etc., resguardando de este modo la credibilidad y dignidad de la profesión. Hay varios casos que podrían aportar a una mayor comprensión en la definición de la ética periodística y sus deberes, por ejemplo:

En junio de 2011, la televisora chilena TVN utilizó una imagen de una persona encapuchada para poder referirse al paro estudiantil que estaba ocurriendo; sin embargo, la foto no se relaciona con los hechos, ya que la manifestación fue pacífica y no hubo actos de violencia y no hubo ninguna aclaración al término de la nota. Por lo cual, el canal terminó siendo criticado al utilizar una imagen que no representa lo que realmente sucedió en la manifestación.

*“El compromiso del periodista con la sociedad y su deber de entregar información verificable a la ciudadanía es irrenunciable y es su obligación impedir que, bajo ninguna circunstancia, ya sea por presión editorial, publicitaria, política o económica, ésta sea alterada. La omisión, manipulación o el falseamiento de la información es una falta grave que atenta contra la esencia de la actividad de un o una periodista” (Código de Ética, 2015 – pág.2)*

La utilización de cualquier fotografía, video, cuña o material que se comparta de una manera que no es la correcta podría romper con la ética periodística. Así mismo, si es que se altera el contexto de la imagen en favor del creador de la noticia para poder usarla como material periodístico.

*“El material gráfico, en periodismo digital, impreso o audiovisual, deberá señalar claramente cuando se trata de imágenes de archivo. Lo anterior es particularmente vigente para el periodismo audiovisual, **donde se debe explicitar cuando las imágenes utilizadas como complemento al discurso oral o escrito-correspondan a material de archivo y no a registros del acontecimiento sobre el que da cuenta la noticia**” (Código de Ética, 2015 – pág.5)*

Otro caso sería el de la periodista Mónica Todo que ocurrió el año pasado, a días de las fiestas de Fin de Año, un incendio afectó a familias de la comuna villa Marina. La periodista fue al lugar y al momento de hablar con los damnificados le pregunta: “Usted, don – Humberto, me contaba que lo perdió todo, que quedó con lo puesto”, ¿Cómo va a celebrar Navidad mañana? ¿Qué piensa hacer? Todo concluyo en donde las personas denunciaron el actuar al ser un *“abordaje sensacionalista, lo cual redundaría en el posible desconocimiento de su derecho a la honra, vida privada e imagen y, por ende, en una afectación de su dignidad personal”* (Biobío, 2023)

La ética no solo se rige bajo lo que dice el manual, sino que también debe estar presente en el actuar del periodista, el cual debe respetar en todo momento la privacidad y entender que las personas tienen derechos y dignidad. No siempre hay que hacer lo necesario para

conseguir una nota o una cuña, hay veces que el sentido común tiene que primar en las decisiones del profesional.

Por ello, la ética siempre debe ser lo primordial y fundamental dentro del periodismo, ponerse en el caso, analizar, comprender, entre otras cosas. Permitirte ponerte en el lugar de la otra persona. *“El periodismo informativo es un hacer. Y como hacer, es el resultado de una acción personal y profesional libre. El periodismo informativo es un hacer. Y como hacer, es el resultado de una acción personal y profesional libre” (LA ÉTICA PERIODÍSTICA COMO ÉTICA APLICADA, Chillón Lorenzo, 2011, pág. 165)*

- **2.2 Prensa rosa y amarillista**

La prensa rosa y la prensa amarillista son dos tipos de modelos de periodismo, los cuales están caracterizados por ser muy llamativos y tener el objetivo de vender. La prensa rosa es más cercana la farándula, al chisme, a la creación de un ambiente donde la vida de una figura pública toma relevancia y a la gente le interesa saber acerca de esa persona. La prensa amarilla tiene como principales rasgos que el sustento no sea suficiente para lo que prometen los titulares, los cuales son muy llamativos, en ocasiones sacados de contexto, solo con el fin de vender más rápido las noticias, hoy en día se le conoce más como “Clickbait”. En resumen, la prensa rosa vende farándula con un modelo de periodismo amarillista. *“Esta prensa cumple una doble función, sirve tanto para ser comprada y consumida por sus lectores como para ser mirada en sus titulares” (Macassi, 2002).*

El periodismo más allá de ser una herramienta por la cual se comunica a la población, también es un modelo por el cual se venden algo, con la generación dorada también se puede dar que los futbolistas se conviertan en figuras públicas que dan mucho que hablar fuera de la cancha, con eso se vuelven parte de un negocio donde la prensa busca involucrarse más en la vida personal de estas figuras. Con el desarrollo de nuevas tecnologías, la llegada de internet y la creación de las redes sociales este fenómeno aumenta aún más.

*“En una sociedad claramente invadida por la tecnología, el público busca diferentes soportes con los que saciar su sed de consumo y la prensa rosa, al igual que otros contenidos, debe adaptarse a esta nueva demanda”* (Soto, 2005).

En el contexto de los casos mediáticos los futbolistas pueden tomar aún más relevancia sus actuaciones fuera de la cancha, se crea una especie de juego donde las personas juzgan a las figuras públicas por ciertas razones, los futbolistas, en este caso, son juzgados por sus acciones extradeportivas considerando que son deportistas de alto nivel y que de un día a otro estará despuntando una competencia donde se les exigirá ciertos resultados. De alguna manera, se abre una nueva posibilidad para los medios de abordar a los deportistas, no solo por su rendimiento en el campo de juego, sino también por lo que hacen afuera, lo que muchas veces puede estar relacionado.

De cierta manera estos tipos de prensa generan un fenómeno por el cual se está pendiente constantemente de ciertas figuras, ya que, el nombre de estas vende mucho. Titulares con sus nombres o frases que dijeron significan oro para los medios y son una posibilidad para tener la atención de los lectores. *“La prensa amarilla en este contexto da cuenta de los segmentos más desagregados de nuestras sociedades, incentivando el morbo, el entretenimiento perverso, construyendo comunidades de significación alrededor de la farándula y el vedettismo”* (Macassi, 2002). De alguna manera, si es que se hace una analogía, este tipo de prensa se asimila mucho a lo que ofrecen los reality shows, que cuentan la vida alguien más, algo que a la gente le interesa mucho.

El fútbol es siempre un negocio rentable sobre el cual se pueden sembrar nuevas posibilidades de sacar ganancias, este tipo de prensa aprovecha al máximo estas posibilidades. Los futbolistas se convierten en productos fáciles de vender, el hecho de que un jugador como Arturo Vidal este en un titular es una posibilidad de generar un titular muy llamativo. *“Los diarios amarillistas son fuente de entretenimiento, de satisfacción de sus necesidades de protagonismo y también de voyeurismo público”* (Macassi, 2002). El fútbol vende, por tanto, Vidal también. Este modelo de periodismo se basa en entregar sensaciones, no importante si son las esenciales dentro de la noticia, mientras sea lo que más venda, eso será lo que se mostrará en el titular.

Con esto, se podría desvirtuar alguna cosa con tal de remarcar otras. Por ejemplo, si un futbolista famoso tiene un hijo que también se convierte en futbolista y este último tiene un gran partido, lo más probable es que el titular remarque el hecho de que es hijo del futbolista que fue su padre, dejando de lado la actuación del hijo. Hay nombres que venden más que otros, sobre todo en el fútbol.

*“En el fútbol moderno sólo cabe dar primacía a los aspectos de negocio, pues esta sería la única posición realista. Según la postura más radical dentro de esta opinión, todo debate normativo resultaría inocuo, ya que la globalización y la consiguiente comercialización del fútbol es un proceso imparabile; por lo que la discusión resultaría estéril en la práctica”* (García, 2007).

- **2.1.3 La teoría de la agenda Setting**

Al periodismo se le ha denominado como una herramienta importante para informar y mostrar la realidad de las cosas, pero también como un poder que puede ser utilizado para manipular la atención de las personas. Los medios de comunicación son los portadores de los canales de difusión más amplios en la sociedad, los que mantienen actualizada la información. Estos tienen la posibilidad de mostrar ciertas cosas y también de no mostrar otras, es decir, que tienen en su palma la decisión de que publicar cada día.

El ejercicio periodístico tiene una responsabilidad tremenda, ya que tiene que actuar de manera honesta y transparente con los ciudadanos, a pesar de que hoy exista un alcance mayor de las personas de acceder a información mediante internet y redes sociales, lo cierto es que no todo es verdad o las cosas están contadas de manera engañosa.

Acá surge una teoría denominada como la Agenda Setting, también denominada la teoría de la fijación de la agenda. Esta propone que los medios de comunicación son los responsables de establecer las temáticas que estén siendo más profundizadas en ese momento y que tienen una alta influencia en el público para determinar una pirámide que dicte las tendencias del momento.

“En esta perspectiva se inserta la teoría de la Agenda Setting, cuya hipótesis inicial fue que los medios de comunicación tienen la capacidad de seleccionar y destacar ciertos temas y omitir otros y, mediante ese mecanismo, instalar los asuntos que son percibidos como importantes por la opinión pública” (Aruguete, 2009).

La Teoría de la agenda setting ha ido mutando, en un principio se guiaba por medios más tradicionales como los diarios, después en la televisión y la radio. Sin embargo, hoy en día también se presenta en medios actuales ligados al internet, tales como las redes sociales o medios audiovisuales modernos.

“Es evidente que la forma de hacer periodismo ha mutado hacia lo digital para mantenerse vivo, no obstante, si hay algo que no ha variado en la labor periodística es la responsabilidad que recae en los hombros de un periodista, pues la información es poder y junto con ello una gran responsabilidad” (Torres, 2021).

Esta teoría es más común presenciarla en aspectos políticos o de economía, pero puede llegar incluso a situaciones más comunes como el fútbol. En el caso de esta investigación la agenda setting juega un papel fundamental. Identificar la relevancia de las noticias que se publican es algo que debe analizarse o también dentro de las mismas identificar cuáles son los enfoques que les dan, si se prima lo deportivo, lo polémico, la seguridad pública o cualquier otro enfoque.

En este punto del periodismo, están presentes las conocidas “cortinas de humo”, una herramienta que sirve como desvío de atención para mostrar algo y dejar de mostrar otra cosa que los medios no quieren que se vean. El fútbol es un campo donde es muy fácil desviar la atención, sobre todo cuando un futbolista de alto rendimiento comete un error y se hace viral, ya que, a pesar de todo el asunto mediático que conlleva el jugador como tal, siempre lo más importante será dentro del campo de juego. No deja de ser un deporte y lo que se desarrolle fuera de la cancha es algo que sucede en un marco que se está hablando de deportistas, lo que los hace distintos a una persona común frente a los hechos noticiosos.

*“La prioridad de ciertos asuntos por encima de otros surge de dos mecanismos: por un lado, el filtro y la selección de los temas que llegan a las redacciones y que finalmente integran la agenda de los medios; 3 por otro, la concentración de la atención en un mismo tema y un mismo tiempo” (Igartua y Humanes, 2004)*

Lo que se escriba en los medios de comunicación determina de cierta manera los temas que están sobre la mesa para la gente, lo cual no siempre tiene porque determinarse por una importancia real, sino también por lo que los medios determinen como relevante y no relevante. Es por eso que el tema de la agenda setting se puede ver afectado por el oportunismo y el amarillismo, lo que vende y lo que no vende.

### **III. DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Método de Investigación**

Esta investigación será estudiada desde el método cualitativo. Cuando hablamos de método cualitativo nos referimos al análisis individual y concreto en nuestra investigación, la cual será el cómo los medios seleccionados se refieren a los casos mediáticos ocurridos en la etapa: Generación Dorada / Selección Chilena, donde el énfasis del lenguaje será el analizado.

Dentro de nuestra investigación utilizaremos la recolección de datos y contenido, noticias publicadas por los medios escritos y entrevistas para el análisis de información *“Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos” (Sampieri, 2004, pág.7)*

Estas herramientas por emplear nos permitirán realizar un análisis de contenido y obtener conclusiones sobre cómo es el rol del periodismo frente a la cobertura informativa.

### **3.2 Tipo de estudio**

El tipo de estudio para esta investigación será descriptivo, ya que lograremos centrarnos en un punto concreto, el cuál sería el cómo los medios abordan los casos mediáticos. *“Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”* (Sampieri, 2004, pág.92).

Nos permitirá reflejar las características en las cuales los medios se refieren a los casos y cuál es la información o a lo que se centran en cada noticia publicada por los medios a analizar, permitiendo definir el enfoque noticioso. *“En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos)”* (Sampieri, 2004, pág.92)

Sin embargo, al realizar un análisis de contenido de los medios y lo publicado en los casos, la función de este estudio nos permite proporcionar datos sobre nuestra hipótesis investigativa. *“Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis”* (Sampieri, 2004, pág.7)

A base de nuestra investigación, nos centramos en describir lo analizado e investigado con los medios, entrevistas y análisis de contenido.

### **3.3 Instrumentos de investigación**

Para la investigación serán utilizados dos instrumentos, la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido.

**3.3.1 Entrevistas:** *“Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información”*, así es como define este tipo de entrevista Hernández Sampieri. También menciona la siguiente utilidad: *“Las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio*

*no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad (por ejemplo, la investigación de formas de depresión o la violencia en el hogar)”*

Este instrumento de investigación será utilizado principalmente para intentar comprender como funciona el mundo de los medios de comunicación, así como también funcionan las comunicaciones en general. Principalmente, lo que se intentará rescatar acá son las repercusiones y el poder que tienen los medios de comunicación.

También se intentará sacar información acerca de la relación que tienen los medios de comunicación con los jugadores de la “Generación dorada”.

Para las entrevistas se establecerán dos perfiles distintos de entrevistados, con el fin de tener dos maneras de abordar. *“Preguntas generales, parten de planteamientos globales para dirigirse al tema que interesa. Preguntas para ejemplificar, sirven como disparadores para exploraciones más profundas. Se le solicita al entrevistado que proporcione un ejemplo de evento, suceso o categoría”* (Sampieri, 2004). Así nuestros entrevistados nos aportarán a la investigación y análisis.

**3.3.2 Análisis de Contenido:** El análisis de contenido es una herramienta por la cual se buscará identificar como son los componentes de las noticias acerca de estos casos mediáticos. *“Algunos autores consideran al análisis de contenido como un diseño. Pero más allá de como lo definamos, es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos.”* (Sampieri, 2004)

### **3.4 Muestreo**

La muestra o muestreo cualitativo se caracteriza por buscar la profundización de los temas y no necesariamente en que sea una cantidad representativa o probabilística. *“Desde el enfoque cualitativo el tamaño de muestra no es preestablecida o tomada a priori, por lo que se establece una unidad de análisis y de caso, en ocasiones se perfila un número posible de casos, es decir la muestra final consiste en seleccionar los casos, determinar si los casos que son adicionales aportan o no datos o información novedosa, esto se conoce también como saturación de categorías”* (Mertens, 2005)

**3.4.1 Muestra de entrevistas:** Las entrevistas tienen como fin recabar información de distintas fuentes pertinentes a nuestro tema. Es por ello por lo que se establecieron los entrevistados en dos tipos de perfiles con distintas características que aporten a la investigación.

**3.4.1.1 Periodistas Deportivos:** Los antecedentes necesarios para este perfil será que sean periodistas titulados, con más de cinco años en el rubro, que hayan trabajado en un medio escrito y que tengan experiencia trabajando en deportes.

El principal foco de estas entrevistas será acercarnos a la relación jugador-medio de comunicación, saber cuál es el trato que reciben los jugadores cuando se escribe de ellos en los periódicos. Además, se abordará en profundidad la labor del periodista cuando toca cubrir un caso mediático como los que están involucrados muchos de los jugadores de la selección chilena de fútbol masculina. También se preguntará acerca de la ética periodística a la hora de abordar estos casos mediáticos.

Para las entrevistas se elaboró un pequeño cuestionario que establece las temáticas a tratar, aunque al ser entrevistas semiestructuradas, serán más bien tópicos por los cuales se guiará el ejercicio, pero que puede variar dependiendo de cómo se desarrolle la conversación.

**3.4.1.2 Expertos en comunicaciones y académicos:** En este caso el enfoque estará en la labor de los medios, la percepción y repercusión que estos podrían tener en el lector dependiendo de cómo se aborde una noticia y se haga la cobertura informativa. Por ello, el requisito de los entrevistados será que sean Licenciados en comunicaciones, los cuales tengan un magister o un doctorado en comunicación social o estratégica.

Lo principal que se quiere rescatar acá es que en base al conocimiento de estas personas se les pueda preguntar su percepción de los casos mediáticos de los futbolistas involucrados y de cómo los medios de comunicación pueden comunicar de distintas maneras estas noticias y dependiendo de cómo se haga, puede entenderse de otra manera. Además, de ver la importancia que les dan los medios a estos casos y ver que beneficios sacan de ellos.

**3.4.2 Muestra de Análisis de contenido:** *“Hay una realidad que descubrir, construir e interpretar. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es “relativo” y sólo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados” (Sampieri, 2004)*

Este instrumento de investigación será el que defina como los medios estructuran las noticias, categorizando las partes que tienen.

Para ello, se tiene que hacer la selección de las noticias, pero primero hay que definir que jugadores corresponden a la “Generación dorada”. Por eso, se establecieron las siguientes condiciones:

- Que haya debutado en la selección entre 2004 y el 2023. Considerando que desde aquel año se empezaron a ver .la mayoría de los jugadores que se han mantenido estables en el proceso.
- Para la investigación se contemplarán jugadores que cuenten con un mínimo de 50 partidos disputados por la selección nacional, desde el inicio de la generación en 2004 hasta el 2023.
- Por último, se contemplará que hayan formado parte de competiciones importantes: Copa América, Copa del Mundo y Clasificatorias.

<b>JUGADOR SELECCIONADO</b>	<b>CANTIDAD DE PARTIDOS</b>

Esta tabla contiene el recuento de los jugadores con 50 apariciones o más previo al inicio de las clasificatorias al mundial de Canadá-México-Estados Unidos de 2026. Acá se contemplaron solo jugadores que hayan participado en competiciones relevantes (Copa América, Copas del Mundo y Clasificatorias). La información fue sacada del sitio oficial de la selección chilena donde están registradas las participaciones de todos los jugadores.

La tabla está actualizada hasta el partido con Venezuela por las clasificatorias al Mundial de 2026 disputado el 27/10/2023.

Posterior a eso hay que identificar si alguno de estos jugadores tiene algún caso mediático en su registro. De no ser así, no se contemplará a ese jugador en la investigación.

<b>JUGADOR</b>	<b>¿Tiene algún caso mediático?</b>

Una vez se identificaron los jugadores que han participado en los casos mediáticos se realizó la búsqueda de todas las noticias acerca de estos casos en los periódicos digitales de La Tercera y Publimetro. Esto se realizará en el periodo desde que ocurrió el caso polémico hasta diez días después, con el fin de que el concepto “mediático” se vea reflejado.

## **IV CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS**

Para esta investigación se utilizarán dos tipos de instrumentos de investigación:

- Entrevistas (semi estructuradas)
- Análisis de contenido

### **4.1 Entrevistas**

Se realizarán las entrevistas con una base de 10 preguntas, pero al ser una entrevista semi estructurada no tienen por qué ser contempladas al pie de la letra y puede ir variando la manera de preguntarlo y ejemplificar una mayor comprensión del tema, dependiendo del entrevistado. Además, algunas preguntas podrán ser emitidas si el entrevistado responde más de una a la vez. Por tanto, más que un listado de preguntas, estas se presentan como un tópico.

#### **4.1.1 Periodistas: (Preguntas perfil de periodista)**

1. ¿Considera que el tratamiento de la información de los periódicos es totalmente ético cuando se habla de la "generación dorada"?
2. ¿Si el contexto y los resultados deportivos de la selección hubieran sido distintos habría cambiado la manera de abordar los casos extra futbolísticos por parte de estos medios?
3. ¿Podría decir que existe cierto cuidado cuando se habla de los jugadores de la generación dorada en los medios de comunicación?
4. ¿Los resultados y rendimiento deportivo de estos jugadores validan cierta flexibilidad por parte de los medios ante estos comportamientos inadecuados?
5. ¿Crees que estos medios de comunicación y su manera de hablar sobre estos jugadores ante un caso mediático disminuye el impacto que realmente puede tener y las consecuencias de eso?

6. ¿Sostienes la idea de que los medios de comunicación son esenciales a la hora de formar la opinión y de educar a las personas, sobre todo en casos como estos donde se pueden cometer eventuales delitos o actitudes reprochables?
7. Tú crees que al momento de que se habla de un jugador profesional frente a su caso mediático ¿El medio influye en la postura?
8. ¿Te ha tocado cubrir algún caso mediático de los futbolistas seleccionados?
9. ¿Crees que existe un vínculo entre periodista y jugador?
10. La ética periodística, ¿La respetan los periodistas hoy en día?

#### **4.1.2 Académicos: (Preguntas perfil Académico)**

1. ¿Crees que los medios de comunicación tienen la capacidad de reducir la repercusión que podrían llegar a tener estos casos o disminuir la importancia de los hechos frente a los lectores?
2. ¿Es el mismo tratamiento con otros jugadores que quizás estuvieran involucrados en situaciones parecidas, polémicas, pero que no tuvieran el mismo éxito deportivo que estos deportistas?
3. ¿Una mala utilización del periodismo para hacer la cobertura informativa de estos casos podría romper con la ética periodística?
4. ¿Crees que la construcción de la noticia es importante a la hora de abordar estos casos y de dar a conocer los hechos?
5. ¿Crees que la ética periodística se respetó al momento de cubrir los casos? Por ejemplo: Caso Vidal.
6. ¿Conoces algunos de los casos polémicos de los futbolistas chilenos? Si es así, ¿Cómo hubieras abordado el caso Vidal?
7. ¿El vínculo periodista/jugador influye en cómo se abordará la noticia?
8. ¿Cuál crees tú que fue el enfoque de la noticia en los casos polémicos? ¿Deportivo o jugador/persona?
9. ¿La cobertura informativa siempre debe contar con relatos de protagonistas o secundarios? O ¿Se puede elaborar la cobertura sin ello?

10. ¿Cómo se podría generar un impacto negativo en el medio a la hora de abordar un caso?

#### 4.2 Análisis de contenido

Para el análisis de contenido se buscará identificar como es la construcción de las noticias sobre los casos mediáticos, por ello se dividirán y definirán los distintos puntos a analizar.

<b>TITULARES</b>	
INFORMATIVO	<i>"Despiertan el interés del lector por la noticia, deben incitar a la lectura de la información. Anuncian y resumen la información incluida en la noticia" (Martínez, José Luis, Curso General de Redacción Periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine)</i>
INTERPRETATIVO	<i>"Titular interpretativo te permite ampliar el contexto, da una interpretación contextual, nocional y/o relacionada con el foco noticioso" (Ladavéze, Luis, Titular de la Noticia)</i>
TEMÁTICO	<i>"Titular temático permite enunciar el tema, pero no identifica los hechos" (Ladavéze, Luis, Titular de la Noticia)</i>
ROSA	<i>"Sus titulares se identifican por dar a conocer detalles íntimos de famosos y generar polémica" (Barrientos, Elisa, Periodismo de farándula en Chile)</i>
AMARILLISTA	<i>"Los titulares prensa amarilla incentiva al lector a la lectura de la noticia, dando información lúdica predominante" (Berti, Florencia, Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación)</i>

<b>ENFOQUES DE LA NOTA</b>	
DEPORTIVO	<i>"Debe contener profundos detalles acerca del evento o de la noticia deportiva, donde el público distinga en permanencia el contenido" (El Kharrachi, Younes, Guía del Periodismo Deportivo)</i>

POLÉMICO	<i>"Se observa y relata un caso de conflicto, donde el trabajo del periodista se hace extremadamente difícil, porque hay una presión general, que podríamos llamarle patriotismo" (Querejeta, Alejandro, Periodismo: la polémica especificidad latinoamericana)</i>
PROMINENTE	<i>"La noticia provoca mayor interés si las personas involucradas con importantes o conocidas" (Casal, Paco, ¿Cuáles son las partes de una noticia?)</i>
INCLUYENTE	<i>"Involucra diversidad de personas, opiniones, creencias, lenguas, etc., sin distinciones ni discriminación, conforme a la sensibilidad social" (Fundación Internacional de Mujeres del Medio)</i>
CRÍTICO	<i>"El periodismo crítico es aquello que está en constante movimiento, porque ese periodismo es el que se hace desde la incertidumbre" (Munera, Mario, ¿Qué es el periodismo crítico?)</i>

#### **TIPO DE FOTOGRAFÍA UTILIZADA**

FUTBOLISTA INVOLUCRADO	<i>Usan una fotografía del futbolista implicado</i>
DEL CASO POLÉMICO	<i>Usan una fotografía basada en el caso</i>
PERSONA NO INVOLUCRADA	<i>Usan una fotografía en la cual la persona o imagen no es la involucrada en el caso</i>
ÁMBITO DEPORTIVO	<i>Usan fotografía relacionada al deporte (fútbol)</i>
SELECCIÓN CHILENA	<i>Usan fotografía de uno o más integrantes del plantel de la selección chilena (jugadores, técnicos, dirigentes, etc.)</i>

#### **CANTIDAD DE CARACTERES**

1000 - 2000 CARACTERES	<i>La noticia tiene una extensión entre 1000 a 2000 caracteres en su cuerpo.</i>
2000 - 3000 CARACTERES	<i>La noticia tiene una extensión entre 2000 a 3000 caracteres en su cuerpo.</i>

3000 - 4000 CARACTERES	<i>La noticia tiene una extensión entre 3000 a 4000 caracteres en su cuerpo.</i>
4000 - 5000 CARACTERES	<i>La noticia tiene una extensión entre 4000 a 5000 caracteres en su cuerpo.</i>
5000 - MÁS CARACTERES	<i>La noticia tiene una extensión entre 5000 y más caracteres en su cuerpo.</i>

## CORROBORACIÓN DE LAS FUENTES

FUENTE DIRECTA	<i>"La atribución directa, cita la información y se identifica la fuente" (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)</i>
FUENTE SECUNDARIA	<i>"Son aquellas que tienen conocimiento del acontecimiento mediante los relatos informativos que reciben de las fuentes primarias. Sirven para completar y contrastar la noticia" (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)</i>
NO MENCIÓN A FUENTE / ATRIBUCIÓN CON RESERVA	<i>"Se cita la información, pero la fuente no se identifica explícitamente, sólo se la bosqueja y sitúa para orientar al lector sobre la procedencia de la declaración" (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)</i>
FUENTE PROPIA	<i>"Son las que suministran la información de primera mano, puesto que participaron o fueron testigos del hecho noticioso" (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)</i>
FUENTE ANÓNIMA	<i>"Las fuentes anónimas son las que no podemos publicitar y que forzosamente han de quedar ocultas en el proceso de recolección informativa" Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)</i>

## V. ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS

### 5.1 ANÁLISIS DE ENTREVISTADOS

#### 5.1.1 PERIODISTAS

<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>Christian González</b>	<b>Felipe Espina</b>	<b>Carlos González</b>	<b>Marcos Sotomayor</b>
<b>ÉTICA PERIODÍSTICA</b>	“No, sin duda. Sin duda es parte de una clase de ética. Claro que uno tiene que asumir que, sin ser lo que uno pretende, que es transformarse en líderes de opinión. Uno tiene que asumir que lo que diga tiene repercusión”	“Si es ético o no, no me corresponde a mi analizar desde ese punto de vista, no poder creer que es mejor o peor. En general, yo creo en la ética de los colegas”	“Por un lado, está el periodismo de opinión. Bueno, ahí también hay otros temas que a veces también en las columnas de opinión, está el tema del respeto que uno puede decir”	“Parte de la prensa fue muy crítica, se ha llevado un fenómeno muy anti periodístico de muchos colegas por necesidad de obtener entrevistas de los jugadores”
<b>CONTEXTO DE LOS CASOS MEDIÁTICOS</b>	“Yo soy más partidario de las medidas que hay que tomarlas cuando corresponde, porque finalmente generaron un precedente que después todo lo que ha pasado en la carrera de Vidal probablemente sea también una consecuencia de que ese desarrollo que tuvo en su momento”	“Sin ninguna duda que los resultados influyeron en cómo se trató o cubrió algunos eventos en los que se vieron involucrados para bien o para mal jugadores de la generación dorada”	“Sinceramente creo que ahí, ahí pesó también la importancia de Vidal. Sí, sí, porque efectivamente, si hubiese sido otro jugador y eso ha sido mucho más, más fácil para manejarlo para él, para el camarín. Vidal tiene un peso importante en el camarín, entonces no era una decisión fácil”	“El caso de Vidal hubo flexibilidad y tratamiento, plena copa América y al hincha solo le importaba saber si Arturo estará para los encuentros, por ende, el tratamiento de la información se tomó por el lado que le favoreciera al jugador”
<b>EXPERIENCIA PERSONAL FRENTE A CASOS MEDIÁTICOS</b>	“Había varias posiciones que querían defender a Vidal. Sampaoli quería echarlo según lo que me cuentan, y ahí se produce			

	un forcejeo entre ambos en el que desafía Sampaoli de que, si lo quería echar, efectivamente tenía que asumir la responsabilidad.			
<b>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN FRENTE A LOS CASOS</b>	<p>“Todos cubrimos la noticia como tenemos que cubrirla, con los matices que obviamente tiene cada uno de los medios de comunicación que estamos involucrados en este baile”</p> <p>“No es lo mismo la cobertura de La Tercera o El mercurio”</p>	<p>“Son fundamentales, el medio de comunicación crea realidad, la gente cree porque lo escuchó en la radio, lo leyó en el diario y asume que es verdad”</p>	<p>“En el deporte en general yo no veo tanto ese problema realmente. O sea, al menos por la prensa donde yo me muevo hasta competencia en general”</p> <p>“La forma de hacer periodismo también ha ido cambiando mucho.</p>	<p>“Yo creo que parte de la prensa fue muy crítica a la decisión que tomó de mantenerlos. Por la generación dorada se ha dado favoritismo al hinchismo”</p>
<b>POSTURA COMO PERIODISTA</b>	<p>“Periodísticamente no corresponde pedir la absolución de nadie. Aquí lo que corresponde es exponer los hechos.”</p> <p>“No tengo ninguna, pero absolutamente ninguna consideración. No, no, ni para bien ni para mal”</p>	<p>“Hay que partir de la base, los medios crean realidad y si se baja el perfil a alguna información, el impacto es menor. Ahora, uno puede elegir por donde informarse”</p>	<p>“Es parte del periodismo. La verdad que uno, lamentablemente, en esta profesión algunos creen que el periodismo solo es ser buena onda con los ídolos o hacerles caso a las relaciones públicas y la verdad que no”</p>	<p>“Claramente, en algunos casos se centran más en lo deportivo que en lo que le afecta al propio jugador”</p>

### 5.1.2 EXPERTOS Y ACADÉMICOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>Eduardo Román</b>	<b>Clara Pérez</b>	<b>Pedro Reyes</b>
----------------------	----------------------	--------------------	--------------------

<b>GENERACIÓN DORADA</b>	“Entonces, el caso de la Generación Dorada, que es lo que tu pregunta. se juntaron alguna cantidad de jugadores de excelencia en Chile y con eso se empieza a generar un mito”	“Acá tenemos una generación de mucho éxito. Pero también ha ocurrido que yo te diría, que ha habido un cambio de equilibrios de poderes”	El tema social del caso de Vidal no es lo mismo que choque un millonario en Ferrari a que lo choque Vidal. Un impacto de una noticia se diferencia del medio, el caso de Vidal en el diario la tercera será diferente al de la Cuarta.
<b>ÉTICA PERIODÍSTICA</b>	“Lo que estoy tratando de decir es que el modelo imperante es un modelo que trabaja sobre la base de la mediocridad, la cuña chica, la frase fácil, la farándula”	“Hay muchas prácticas periodísticas que rompen con la ética periodística”	Sin ninguna duda, hay una responsabilidad y ética del medio de comunicación y periodista. Hay veces en que no importa lo que se diga o la verdad, hay comportamientos de manada, tu no piensas lo que estás haciendo, si no que actúas de manera irreflexiva”
<b>PERIODISMO ACTUAL</b>	“cuando tú me hablas de medios escritos, hoy día nadie lee, no hay nadie dispuesto. La gente Lee cada vez menos, fíjate que la audiencia de la televisión va en caída libre, la radio la escuchan muy poco en temas de nicho y es gente por sobre 40 años en datos estadísticos”	“Que el periodismo futbolístico sea hincha. Y hay una relación muy poco sana muchas veces entre el periodismo y los futbolistas”	Los periodistas como intermediarios, cómo tu interpretes la información va a depender mucho en cómo tu eres o como es la gente.

<b>AGENDA SETTING</b>	“En ese tiempo las comunicaciones mismas estaban centralizadas en un aparato que se llamaba Dinaco, que era el aparato de comunicaciones que tenía Pinochet”	“Hoy día más los medios comparten influencia con las redes. No está tan claro hasta donde la influencia de los medios, hasta donde la influencia de las redes”	Los medios ayudan a construir una realidad, eso es sin duda, donde también está la agenda setting. Y las personas si esa realidad es coherente con los valores que profesan, va a confirmar eso y si es incoherente, lo rechazará”
<b>PODER PERIODÍSTICO</b>	“Los medios no influyen sobre la gente, sino que, por ejemplo, cuando hay el CyberMonday, no es que la gente esté engañada y alguien lo hipnotice y le diga ven a comprar. Es la gente la que busca su espacio para identificarse, para comprar y ser feliz comprando”	“El periodismo inquieto, el poder intenta, para eso está. O sea, no voy a andar buscando cuestionar siempre, está para hacer contraparte y no aceptar verdades oficiales”	“El punto de vista es fundamental. Los medios tienen un rol de la realidad donde puede influenciar mediante la cultura”

### 5.1.3 Análisis cruzado Perfil Periodistas

- **Ética Periodística:** En este punto todos los periodistas están parcialmente de acuerdo en que la ética periodística podría romperse si los casos no se cubren tal como deberían. Sin embargo, ninguno se atrevió a mencionar que se haya roto por alguien en estos casos, salvo Marcos Sotomayor, quién menciona que durante estos casos hubo muchos colegas que hicieron cosas indebidas para obtener entrevistas con estos futbolistas.

En general, es difícil acusar si un periodista rompe la ética periodística o no, ya que, estos casos son muy pocos, aun así, eso no quita el hecho de que existan. Cuando un periodista y un futbolista forman lazos de complicidad se podría estar dando un fenómeno donde se rompe

con toda clase de ética, fallando ante el deber periodístico de informar los hechos tal y como son, quitando cosas u omitiendo la existencia del problema.

Los periodistas que trabajan en La Tercera (Carlos González - Christian González), tienen mayor cercanía a los casos y a los medios escritos, estos mencionan que no todo recae en la ética y que depende también del medio de comunicación, todos tienen distintas maneras de abordar la noticia y mantienen una línea editorial distinta que varía según lo requerido.

- **Contexto de los casos mediáticos:** En este punto hay una opinión en concreto y es que efectivamente las decisiones tomadas alrededor de un caso mediático tan emblemático como el “Ferrari Rojo” de Aturo Vidal fueron totalmente influenciadas por el contexto deportivo que atravesaba la selección, en el cual había posibilidades reales de obtener la copa.

El peso de Vidal fue tomado en cuenta por los cuatro periodistas, concordando en que las decisiones alrededor de este caso fueron muy influenciadas por el nombre que tenía el jugador involucrado. Carlos González menciona algo interesante y es que otro futbolista no hubiera recibido las mismas consideraciones y que muy probablemente habría recibido otro castigo con un problema así de grave como el de Vidal.

Por otro lado, Christian González menciona que estas decisiones tomadas alrededor de Vidal podrían haber significado una seguidilla de antecedentes negativos muy similares al caso del Ferrari, lo cual no está nada alejado de la realidad si se analiza el listado de problemas en los que se vio involucrado Vidal a lo largo de su carrera, sobre todo con temas ligados al alcohol.

- **Experiencia personal con los casos mediáticos:** Los únicos periodistas con experiencias cercanas a los casos fueron Carlos González y Christian González, ambos de La Tercera. En general, ambos periodistas cuentan que durante los casos mediáticos existe un ambiente donde la prensa estaba muy metida consiguiendo información. Por un lado, Christian cuenta que durante el caso de Vidal fueron muchas las autoridades involucradas y que muy posiblemente la decisión de personar al futbolista por parte de Sampaoli provino de una petición de la presidenta Michelle Bachelet a Sergio Jadue.

Carlos cuenta que las decisiones tomadas en el caso del “Bautizazo” fueron demasiadas las confianzas que se traspasaron por parte de los jugadores involucrados.

Lo curioso de ambos casos es que atravesaban un contexto deportivo totalmente distinto y los jugadores involucrados eran diferentes, pero las situaciones mediáticas eran bastante similares. Por el lado de los jugadores del “Bautizazo”, venían de una derrota y estaban en un proceso cuestionado hacía el director técnico, los jugadores que estaban no eran excesivamente trascendentes, salvo Jorge Valdivia quizás. Acá no se involucró ninguna autoridad y en el caso del Vidal fue todo lo contrario, un contexto favorable donde las autoridades tuvieron incidencias.

- **Los medios de comunicación frente a los casos:** Los periodistas juegan un rol fundamental en el desarrollo de las noticias, pero estos también se rigen por un medio de comunicación que establece ciertos parámetros y libertades. Describir como los medios de comunicación se posicionan a estos casos y el cómo abordan la noticia. Christian González menciona que al menos él y sus colegas de La Tercera, cubrieron los hechos tal y como se debía, pero también menciona que no puede hablar por otros medios escritos y que muy probablemente otros medios abordaron los casos desde otra perspectiva. Carlos González algo relacionado y es que hay muchos titulares que contienen mucha carga de opinión, algo que él no comparte.

Por parte de Marcos Sotomayor, se guía por la idea de que muchos medios de comunicación se centran netamente en lo deportivo y que muchas veces dejan de lado el problema o lo que podría haberle pasado al jugador en caso de ser algo que también lo podría haber puesto en riesgo. Esto se relaciona con lo que establece Felipe Espina, quien menciona que como periodistas es importante mantenerse aferrados a la verdad y que cambiando u omitiendo cualquier información se le baja el perfil a esta, tomando otra consideración a la que podría tener.

- **Postura como periodistas:** En este punto, las opiniones tomaron distintos caminos, pero no necesariamente en desacuerdo. Por un lado, Christian González menciona que como periodista los hechos deben abordarse de una manera correspondiente y profesional, informando los hechos tal y como son, donde no debería haber preferencias con ningún futbolista independientemente del contexto deportivo. Respecto a eso, Carlos González menciona que hay muchos colegas que no se toman

enserio la profesión y que se sienten parte de los procesos, olvidando que siguen siendo periodistas, dándole un trato distinto a los ídolos. Algo similar a lo que menciona Marcos Sotomayor, el cual cuenta que muchas veces no se le da la importancia necesaria en algunas noticias y que esto podría terminar afectando al mismo jugador.

Todos estos puntos llegan a una especie de consenso en algo y es que el periodista tiene mucha responsabilidad de cómo se lleve la noticia, no es solo llegar e informar lo que se le pida, hay que considerar que lo que se diga o escriba puede tener repercusiones en el cómo se puede llegar a entender la noticia. Felipe Espina menciona que el periodismo también crea realidades, lo que puede afectar en la comprensión de las noticias con el cambio de un mínimo detalle.

#### 5.1.4 Análisis Cruzado perfil Expertos y Académicos

- **Generación Dorada:** Este centra a los jugadores y plantel que lograron historia con la selección masculina de fútbol nacional. Algunos referentes como: Alexis Sánchez, Arturo Vidal, Gary Medel, Claudio Bravo, etc. Para muchos fue una generación de mucho éxito, como lo menciona la experta académica Clara Pérez, donde a su vez genera un impacto negativo.

Pedro Reyes, experto en comunicación social, genera una paralela en reflejo a cómo influye el actuar de un referente futbolístico, en este caso Arturo Vidal. Pedro comenta que no es lo mismo que choque en un Ferrari un millonario a que choque el Rey Arturo. Sin embargo, para Eduardo Román el caso Generación Dorada pasaría a ser un mito.

- **Ética Periodística:** Debe haber una ética periodística a la hora de informar, sí. Clara Pérez y Pedro Reyes están totalmente de acuerdo en que la ética debe ser respetada y que muchas de las prácticas periodísticas rompen con ello. Dejándose llevar por el modelo de la mediocridad, la cuña chica, la frase fácil y la farándula, mostrando un acuerdo Eduardo Román, con sus colegas académicos.

La ética debe ser lo central al momento de comunicarse, mostrando la responsabilidad y comportamiento cuando se transmite la información y el vínculo con la audiencia.

- **Periodismo Actual:** Año tras año las prácticas, oportunidades y escenarios cambian, Según Pedro Reyes, los periodistas son intermediarios, como tu interpretes la información va a depender mucho en como eres tú. Mientras que Eduardo Román, visualiza el periodismo actual en base a la audiencia, hoy en día nadie lee, la audiencia en televisión va en caída libre, la radio va perdiendo auditores. Hoy la accesibilidad a cosas tan simples está.

Clara Pérez, busca concluir en que el periodismo futbolístico es ser hincha, mostrando un interés y/o relación poco sana entre el periodismo y los futbolistas.

- **Agenda Setting:** Los medios de comunicación de masas tienden a mostrar una mayor influencia sobre la ciudadanía al determinar los temas que logran mostrar un interés en el lector. Pedro Reyes, parte destacando en que los medios ayudan a construir una realidad.

En algunos casos la realidad es coherente con los valores que profesan. Mientras que Clara, busca en que los medios comparten influencia con las redes.

- **Poder Periodístico:** Según, Eduardo Román, los medios no influyen sobre la gente, es la gente la que busca un espacio para identificarse. Algo contrario a ello lo presenta Clara, destacando en que el periodismo inquieto es un poder de intentar. Esta en la búsqueda de la contraparte y no aceptar verdades oficiales.

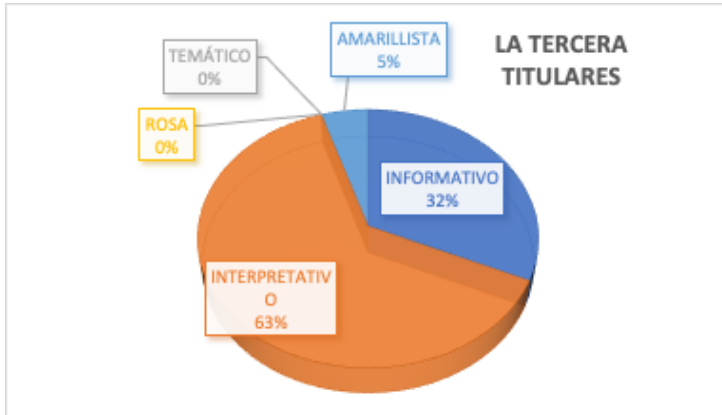
El poder periodístico dependerá del periodista, el lado del medio y el caso a cubrir. Es ahí en como el poder influirá, ya sea, en la sociedad o a favor del protagonista del caso.

## 5.2 Análisis de Contenido

### 5.2.1 La Tercera – Medio

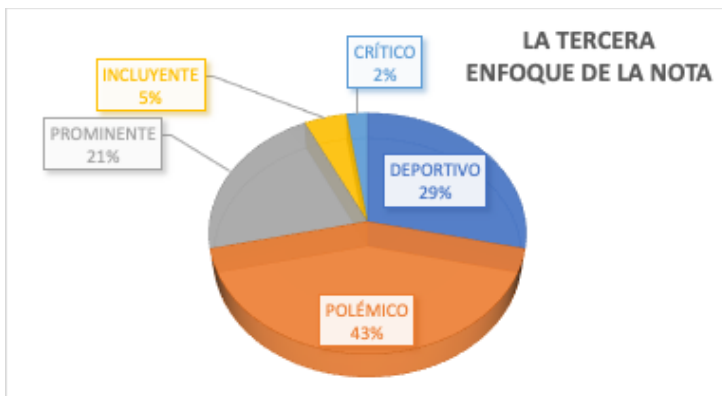
**Gráfico 1:** Este gráfico nos permitió identificar cómo el medio La Tercera, en su mayoría, centra sus titulares interpretativamente, con el fin de llamar la atención en el lector y ser un directo arranque a la lectura del cuerpo de la noticia.

A su vez, su titular interpretativo no se presenta como tal, pero su fotografía que acompaña a la noticia genera un complemento directo con el titular.



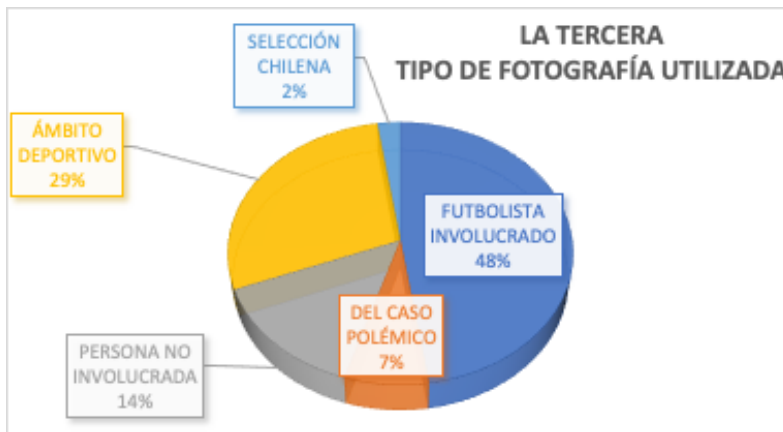
**Gráfico 2:** Los enfoques derivados a los casos mediáticos de los futbolistas, fueron en su mayoría relacionados a la polémica ocurrida. En su desarrollo textual es acompañado de testimonios de jugadores o cuerpo técnico, siendo un enfoque que al lector le gusta seguir en lectura cuando ocurren hechos con figuras públicas o personas reconocidas.

El trabajo en su cuerpo de la noticia, entrega un desarrollo completo, lo que centra las principales causas del caso y su repercusión.



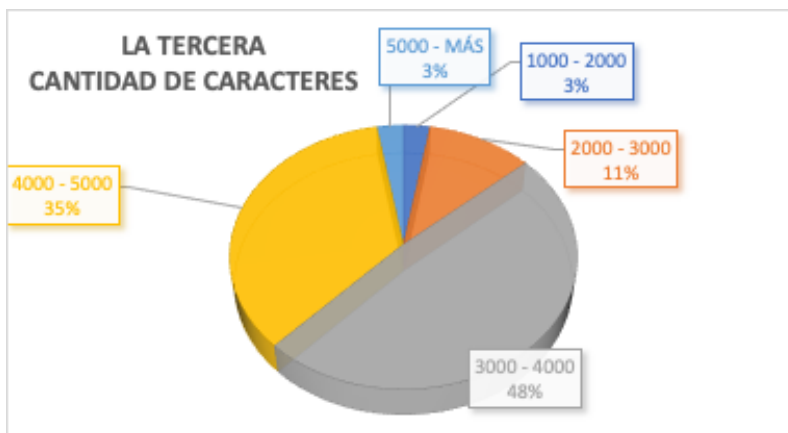
**Gráfico 3:** Tanto La Tercera como Publimetro, sus noticias escritas iban acompañadas del futbolista involucrado, mostrando automáticamente de quien se hablará en el desarrollo textual.

En algunos casos, la fotografía utilizada era relacionada al ámbito deportivo, obligando al lector a la lectura para saber de quién se estaría hablando. Siempre y cuando el titular no lo represente.



**Gráfico 4:** La extensión de la noticia dependerá de cómo uno aborde la noticia, La Tercera, en algunos casos mediáticos cubiertos, entregaba la noticia en 2000 a 3000 caracteres. Uno puede entregar una noticia así, siempre y cuando responda a las 6W fundamentales en el periodismo.

Si bien, una extensión en la noticia requiere entregar más antecedentes detalladamente, pero a su vez, uno puede caer en redundancia de ideas.



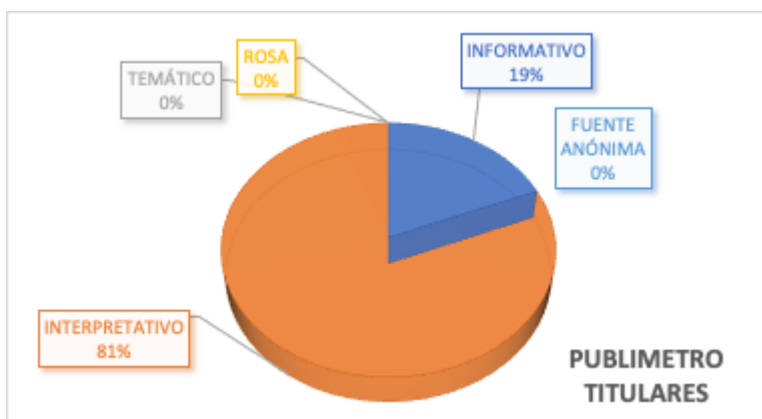
**Gráfico 5:** Este gráfico nos permite identificar en que La Tercera, al ser un diario reconocido, visualizado digital y físicamente, requiere de profesionales que están detrás de todo ello y

que reportean los casos. Al ser fuentes propias de ellos, "Son las que suministran la información de primera mano, puesto que participaron o fueron testigos del hecho noticioso" (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística)



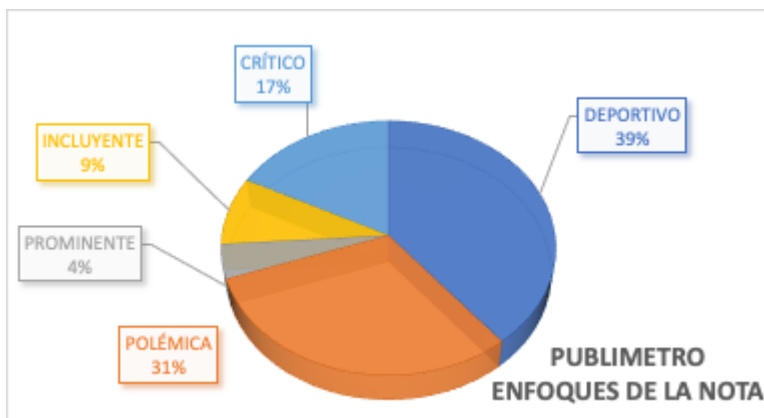
### 5.2.2 Publimetro - Medio

**Gráfico 1:** Este grafico representa los perfiles de titulares plasmados en los medios. En este caso, se visualiza un mayor número de titulares interpretativos en las noticias publicadas. De igual manera como lo realizó La Tercera, centrando mayor interés en sus titulares interpretativos: *Arturo Vidal en el precipicio: Arturo Vidal quedó detenido tras sufrir accidente manejando con alcohol (Titular Publimetro)*



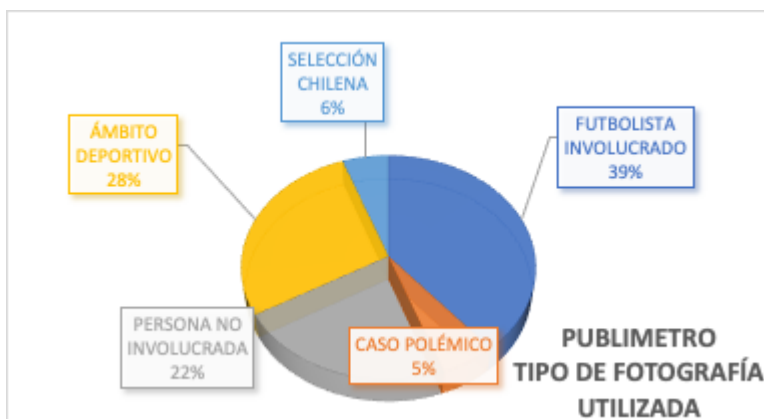
**Gráfico 2:** Los casos reportados por Publimetro reflejaba por parte su centralidad en el caso y a su vez, en los testimonios de los profesionales o encargados del ámbito deportivo. Por ejemplo: *Jadue sacó la voz: "Lo primero que me dijo Vidal fue 'presi, la cag..."*.

Este medio utiliza simpleza al momento de comunicar los casos, que queremos decir con esto, que su cuerpo textual y su enfoque van centrados directamente al caso.



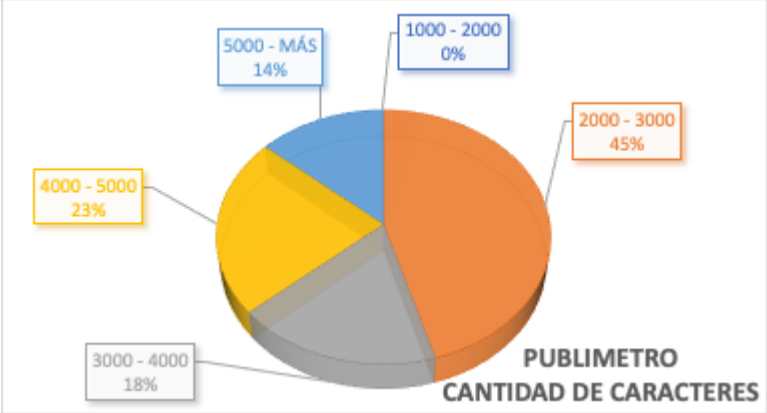
**Gráfico 3:** Tanto Publimetro como la Tercera, sus noticias escritas iban acompañadas del futbolista involucrado, mostrando automáticamente de quien se hablará en el desarrollo textual.

En algunos casos, la fotografía utilizada era relacionada al ámbito deportivo, obligando al lector a la lectura para saber de quién se estaría hablando. Siempre y cuando el titular no lo represente.



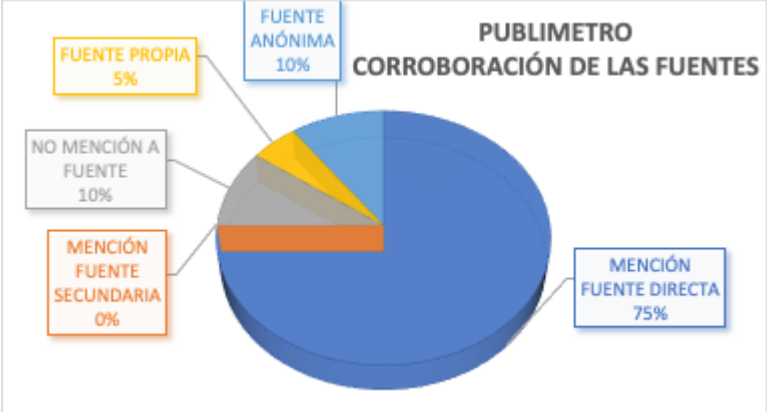
**Gráfico 4:** Podemos destacar que Publimetro al utilizar la mención de fuentes, su entrega textual en el cuerpo es precisa y centrada al enfoque y/o caso ocurrido.

Su cantidad de caracteres dependerá de quién se esté hablando y el impacto que pueda tener en la ciudadanía y/o ámbito futbolístico.



**Gráfico 5:** Este gráfico representa todo lo contrario a la Tercera, ya que sus publicaciones van con mención a fuentes directas, que queremos decir con esto: *"La atribución directa, cita la información y se identifica la fuente"* (Huter, Rodolfo, 2020, *Las fuentes de información periodística*).

Sin embargo, algunas de las noticias publicadas mantenían fuente anónima, lo que pudiese querer mantener oculto de quién obtuvo la información o para implementar un desarrollo en el cuerpo de la noticia que ellos quieran plasmar.



### 5.2.3 Segmentación de la Muestra

El análisis presentado en la muestra interpretativa de las noticias y su respectivo análisis de contenido nos refleja una comparación en los 5 perfiles analizados, ya sea, en noticias y en cómo el medio realiza la cobertura y la representa en una noticia escrita. Dentro de los perfiles, el medio “La Tercera”, tiende a realizar titulares interpretativos, presentando un 63%, mientras que en el medio “Publímtero”, un 81% de sus titulares tienden a ser interpretativos. Por ende, creemos que el titular interpretativo suele ser un enganche con el lector al relacionar el acontecimiento (caso mediático) con el contexto en el cual se presenta (fútbolístico).

Dentro del análisis de contenido fueron 62 noticias analizadas entre ambos medios seleccionados (La Tercera y Publímtero). Cada medio mantiene un enfoque noticioso a su cobertura informativa y en cómo la redacción pasa a ser lo fundamental en el lector. La Tercera en las noticias que realizó cobertura centro su enfoque en el caso mediático (polémica en base al caso) entregando antecedentes frente a lo ocurrido y actualizando día a día el caso mediático ocurrido por el jugador. Mientras que, Publímtero centró su eje en lo deportivo, en cómo influiría en el ámbito deportivo el caso del jugador protagonista en la polémica, con el cuerpo técnico, encuentros clasificatorios, entre otros. Sin embargo, ambos medios mantienen un bajo porcentaje en enfoque incluyente, no sobrepasando el 10%. Es caso que hubiese sido interesante analizar las opiniones y/o críticas por parte de más de 2 o 3 integrantes del cuerpo técnico o profesionales relacionados al ámbito deportivo y ético.

Cada noticia publicada por los medios al referirse al caso, centro una fotografía, ya sea del futbolista involucrado, el cual fue en obtener mayor porcentaje en ambos medios (Tercera 48% - Publímtero 39%), lo que al lector automáticamente centra sus miradas en la imagen y da por entendido que el titular refleja la causa o el caso del futbolista que incorporan en las imágenes. Sin embargo, las imágenes relacionadas con el ámbito deportivo fueron las segundas más usadas por los medios de comunicación, lo que obliga al lector leer la noticia en su cuerpo textual para ver de quién se habla, siempre y cuando en el titular no esté presente el nombre del jugador involucrado.

La Tercera al ser un medio reconocido y visualizado por muchos a través de su aplicación digital y físico, mantiene un personal de profesionales detrás de todos los periódicos que

presentan diariamente a la ciudadanía. Por ello, mantienen a periodistas los cuales reportean y mantienen confidencialidad del caso, lo que los lleva a tener su propia fuente en cada una de las noticias, obteniendo la credibilidad y fuentes directas. Mientras que, Publimetro, refleja *"La atribución directa, cita la información y se identifica la fuente"* (Huter, Rodolfo, 2020, Las fuentes de información periodística).

Esto nos permite identificar en esta segmentación de la muestra, que el medio "La Tercera", no depende de algún otro medio para realizar la cobertura informativa de los casos y desarrollar su cuerpo textual. Mientras que, Publimetro si está al tanto de lo que publica el otro medio para así complementar su cuerpo textual de la noticia y obtener fuentes directas e identificación de las citas para entregar una noticia completa y creíble al lector.

## **VI. CONCLUSIONES**

Este proyecto de investigación tenía como principal objetivo describir como es la cobertura informativa de los medios de comunicación escritos frente a los casos mediáticos de los futbolistas seleccionados de la "Generación dorada", es por ello por lo que se hizo un proceso investigativo donde se hizo un acercamiento a como se abordan estas noticias.

Los instrumentos de esto fueron las entrevistas y el análisis de contenido. Con el primero se utilizaron dos tipos de perfiles, periodistas y académicos, con el fin de hacer un acercamiento a la relación periodista-futbolista y que bajo la misma experiencia de los profesionales se cuente como se llevan a cabo este tipo de noticias, mencionando factores esenciales como la ética periodista, la corroboración de fuentes, la línea editorial y el enfoque que tienen los medios de comunicación, Además, que se expongan ciertas experiencias personales sobre los casos mediáticos investigados en este proyecto.

Por otra parte, también se quiere hacer un hincapié en lo trascendentes y delicadas de manejar que son estas noticias, es por eso por lo que se eligieron expertos en comunicaciones

que se desempeñen como profesores y que cuenten con una gran experiencia en este campo, para así abordar de la mejor manera temáticas como el poder periodístico, la agenda setting y la actualidad del periodismo.

Se aplicaron un total de siete entrevistas, cuatro periodistas deportivos que están más acercados a los medios escritos y otros tres que están centrados en el análisis de los medios de comunicación en el ámbito teórico. Además, se analizaron un total de 62 noticias de La Tercera y Publimetro, con el fin de identificar como es la construcción de estas noticias en ambos medios.

Con esto, se busca describir como es la cobertura informativa de los medios de comunicación escritos ante estos casos mediáticos. Antes de comenzar a aplicar los instrumentos en esta investigación se planteó la siguiente hipótesis: “Los medios escritos nacionales han realizado la cobertura de los casos mediáticos de futbolistas profesionales en nuestro país, donde las causas de los casos cometidos por los deportistas recaen por violencia de género, detenciones y actitudes personales indebidas. Ante estos casos, la mayoría de los medios de comunicación se han centrado en comunicar lo relacionado al ámbito deportivo, dejando de lado los posibles delitos y faltas graves que estos jugadores cometen. Esto ha logrado que en muchas ocasiones los periodistas se vuelvan hinchas y dejen de lado su importante labor de comunicar desde una mirada objetiva y crítica, sin darle la importancia correspondiente a los hechos”. Bajo esta misma hipótesis se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo ha sido la cobertura informativa de los medios escritos frente a los casos mediáticos por futbolistas de la selección chilena de fútbol masculina que están dentro de la generación dorada?

La pregunta se responde de manera parcial, ya que, la aplicación de los instrumentos mostró varias maneras de como los medios hacen la cobertura de estas noticias. En base a las entrevistas se obtuvieron varios testimonios que muestran distintas perspectivas de cómo se abordan estos casos. Si bien, la ética periodística no se ve corrompida en ninguna de las noticias identificadas, tanto en Publimetro como en La Tercera, pero ambos rosan mucho lo que más de un entrevistado mencionó, el periodismo actual está muy marcado con las sensaciones y con la idea de vender rápido y barato. La mayoría de los titulares en ambos medios son interpretativos o amarillistas, son llamativos y atraen a la gente a leer las noticias.

Este fenómeno que se encontró, el cual está entre medio de la prensa rosa y la amarillista, se puede entender como una manera de hacer periodismo actualmente, donde el cliqueo es esencial para que la gente lea, es por ello, que es necesario que las noticias sean llamativas, donde la figura del jugador predomina. Todo esto se contrasta con una interesante analogía que hizo Eduardo Román acerca de cómo actualmente el periodismo vende gracias al interés de las personas por enterarse de lo que pasa en la vida de las figuras públicas, algo que se planteó de manera similar en el marco teórico. Esto puede afectar en dos sentidos, que lo deportivo pase en muchas ocasiones a segundo plano y se priorice hablar sobre lo que está sucediendo con determinado jugador o, al contrario, que lo deportivo esté por encima del caso mediático. Esto, según como se desarrolló la investigación, se dará según como sea el contexto deportivo que esté atravesando la selección, porque los casos ocurren siempre, han ocurrido durante los años previos a la generación dorada, ocurren actual y seguramente seguirán ocurriendo durante los años. Lo cierto, es que prácticamente todos los entrevistados están de acuerdo que el contexto deportivo influencia mucho el cómo se estén abordando las noticias y de cuantas noticias se hagan al respecto de esas cosas. Algo que también se pudo apreciar en el análisis de contenido es que las noticias sobre los casos mediáticos en un contexto deportivo positivo son muy pocas en ambos medios y cuando el caso mediático ocurre en un marco más negativo, se tiende a hablar más de ello.

Por otra parte, todo lo que se pudo apreciar en esta investigación deja algo bastante claro, el medio de comunicación no es sinónimo de periodista y en muchas ocasiones la gente lo relaciona directamente. El periodista puede tener ciertos ideales, una opinión y una forma de ver estos casos, pero lo que diga la línea editorial del medio de comunicación en el que trabaja será por lo cual se tendrán que regir para hacer la noticia. Aun así, en el caso de que se llegara a romper la ética periodística en uno de estos casos, el periodista debe asumir toda responsabilidad, porque una cosa no quita la otra. Llevar una noticia de una manera que no corresponde o informar algo que no es verídico es muy distinto a abordar la noticia desde otro punto de vista. Si bien, existe prensa especializada para cierto tipo de cosas, la información no deja de ser la que hay, si algo pasó, se debe informar siendo consciente de que eso paso, no se le puede hacer vista ciega a algo que todo el mundo está viendo.

Cuando se comenzó esta investigación había un punto de vista mucho más pesimista de como los medios de comunicación abordaban estas noticias, donde se daba casi por hecho que la mayoría de los periodistas deportivos no se tomaban su trabajo en serio y se dedicaban netamente a hacer lo posible para hacer quedar bien a estos jugadores. Pero este proceso dejó algo claro y es que no todo tiene por qué ser así. Hay muchos periodistas que hacen su trabajo lo mejor posible, respetando los códigos éticos y llevando a cabo un muy buen trabajo periodístico. Eso no quita el hecho de que, si se dé, más de un entrevistado era consciente de que el mundo del periodismo es muy pequeño y los contactos son esenciales, estar en un mal término con un jugador significaría sepultar las posibilidades de llevar a cabo una entrevista con ellos, lo cual es interesante si se quiere analizar el ámbito deportivo. Es por esto, que en muchas ocasiones puede parecer que no se habla de estos jugadores con toda la dureza que se podría y que los periodistas tienen cierta complicidad con los futbolistas a la hora de exponer los actos.

La hipótesis inicial indica que la mayoría de los medios de comunicación se enfocan más en lo deportivo que en los casos mediáticos. Una vez realizada la investigación, se podría decir que esto no es necesariamente así. Mas bien, se podría decir, que los medios de comunicación escritos hacen la cobertura informativa de los casos mediáticos de la “Generación dorada” según el contexto deportivo en el que se encuentre la selección chilena. Se habla de los posibles delitos y faltas graves que estos pudieron cometer, pero no se profundiza en ellos, las noticias están enfocadas en cómo puede afectar en lo deportivo y en las declaraciones del jugador involucrado. Con esto, muchos periodistas se enfocan en hacer las noticias lo más llamativas posibles, dándole un énfasis menor a la información y enfocándose en lo que puede atraer a más público.

En general, podríamos decir que la cobertura informativa de los medios de comunicación escritos es bastante normal, son muy pocos los casos de los que no se habla nada, casi todos los casos mediáticos tuvieron las noticias correspondientes, pero dependiendo del caso y de quien esté involucrado se habla más o menos de eso. Si bien, la manera en que se hace la cobertura no rompe con la ética periodística, al menos en las noticias analizadas, pero si deja precedentes de un periodismo bastante amarillista en el que los futbolistas toman un rol extradeportivo, el cual es bastante llamativo para crear contenido en base a eso.

Uno de los principales hallazgos que se podría destacar de esta investigación es la importancia que tiene el contexto en el que se sitúa una noticia, Además, de que en muchas ocasiones es la misma gente la que establece lo que escriben los medios, los cuales se guían por lo que más vende en cada momento. En el caso de esta investigación todo se guiará dependiendo del momento deportivo que atraviesa la selección cuando suceden los casos mediáticos, en base a eso se establece la línea por la cual los medios de comunicación abordarán las noticias. Esto podría abrir una nueva investigación que podría abordar otros medios de investigación. Por ejemplo, que se haga una investigación que vea los medios audiovisuales y que analicen cuánto tiempo le dedican a lo deportivo y cuánto tiempo se habla de temas extradeportivos. Además, que ese podría ser un campo donde se pueda ver más la opinión de los periodistas y otras figuras destacadas del fútbol.

La investigación deja algo que hay da mucho para analizar, la figura del periodista como comunicador. Que tanto puede llegar a influir el periodista en la audiencia y si puede crear opiniones que se conviertan en el pensamiento de las personas que los lean. Ante esto, muchos de los periodistas destacan la utilidad del periodismo para crear realidades, lo cual puede llegar a ser más cierto de lo que se imagina. La masificación de la información no solo se da porque sí, No solo se trata de que se hable, sino de cuanto se hable de tal cosa, eso también marcará una tendencia que terminará dándole más relevancia a una cosa o no. Una gran cantidad de noticias de algún tema es sinónimo de importancia tanto para la gente como para los medios de comunicación. Como se mencionó anteriormente, lo que se hable no es necesariamente lo más importante, pero es lo que el contexto amerita para que los medios de comunicación tengan una mayor visualización. Con estos casos mediáticos puede pasar lo mismo, la percepción de la gente puede ir variando, dependiendo de cómo el medio de comunicación presente la información. No funciona tan literal, pero sí que se genera cierto espectro sensacionalista donde una información toma otra relevancia o se toma de una manera distinta.

El periodismo tiene más poder del que se piensa, el periodista debe tomar la responsabilidad de abordar este tipo de caso con toda la seriedad posible y considerar que todo lo que se diga o no se diga puede trascender en cómo se vaya formando la opinión pública de esta noticia.

La cobertura informativa de los medios es una cosa y por otro lado está la responsabilidad del periodista de abordar estas temáticas de la manera que corresponda y no tomándolo a la ligera. Con esta investigación se llega al reconocimiento de un fenómeno que no está totalmente instaurado como podría estarlo en otros países, pero que, si no se maneja bien y no se pone el periodismo como la prioridad, puede llegar a afectar mucho al periodismo en Chile. Es necesario que se abra la posibilidad de realizar más investigaciones donde no solo se vea el uso del periodismo y su influencia, si no también como se usa el periodismo en distintos contextos y situaciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chillón J.M. (2011). LA ÉTICA PERIODÍSTICA COMO ÉTICA APLICADA *Revista de filosofía*, Vol. 4, pág.163-177. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/18500/1/file\\_1.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/18500/1/file_1.pdf?sequence=1)
- Colegio de Periodistas de Chile (2015). Código de Ética, pág. 01-08. <https://www.colegiodeperiodistas.cl/p/etica-periodistica.html>
- Gómez, J. (2012). ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y OBSERVACIÓN DE LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO, pág. 01 - 08. <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/35089>
- García, P., & Pujol, F. (2007). El papel del fútbol en la sociedad actual. Fútbol: ocio y negocio. *Revista Empresa y Humanismo*, Vol. XI, 89-108. <https://acortar.link/tVANhO>
- Antezana, J. L. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. En *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina En:* (p. Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO). <https://acortar.link/pZ7vVa>
- Meneses, J. A., (2008). *El futbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al futbol. Culturales*, IV(8), 101-140. <https://acortar.link/c0e0eM>
- Villena, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. En *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. <https://acortar.link/4CbXRr>
- Rivera, E. (2005). CULTURA Y FUTBOL, LA GENERACIÓN DE SU CONOCIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD. *Revista Digital Universitaria*, Vol. VI. <https://acortar.link/0rVZz5>
- Torres J.C & Posada M,C. (2022). Las cortinas de humo en el periodismo se tejen con la realidad. *EL PUNTO*. <https://elpunto.co/las-cortinas-de-humo-en-el-periodismo-se-tejen-con-la-realidad/>

- Hernández, D., & Hernández, M. (2023). Poder: Entre la idealización y la manipulación mediática. *Ojo pineal. Cine y Pensamiento*, Vol IV. <https://acortar.link/USwTdI>
- Suárez, N. (2020). EL DEPORTE COMO ESTRATEGIA PARA LA PAZ DESDE EL PERIODISMO CULTURAL. UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL, BOGOTÁ. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28774/2020nicolassuarez.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting [versión electrónica], *Ecos de la comunicación*, 2(2). <https://bitly.ws/32XAm>
- Vidal, L. S. (2005). *La prensa Rosa*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui N° 92. Editorial QUIPUS - CIESPAL. <https://bitly.ws/32Yet>
- Macassi, S. (2002). *La Prensa Amarilla en América Latina*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui N° 77. Editorial QUIPUS - CIESPAL. <https://bitly.ws/32Ye5>